



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

TRABAJO DE GRADO

TEMA:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
PROVEEDORA DE SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN PARA LAS FLORÍCOLAS DEL
CANTÓN CAYAMBE”

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN CONTABILIDAD Y
AUDITORÍA CPA

AUTORA: Grima Macarena Méndez L.

DIRECTOR: Dr. Eduardo Lara

IBARRA, 2015

RESUMEN EJECUTIVO

El cantón Cayambe está ubicado al norte de la provincia de Pichincha, posee características ecológicas aptas para el cultivo de flores, debido principalmente a su altura que es de 2.410m.s.n.m, una temperatura promedio de 11.5 a 16°C, situación propicia para el desarrollo florícola. Del diagnóstico situacional se determina que la empresa tiene un escenario optimista para su creación, considerando el número de empresas florícolas actuales y la oferta existente. Del estudio de mercado se establece que la oferta es competitiva de característica oligopólica debido al número de empresas ofertantes de servicios de alimentación a las empresas florícolas. Del análisis de la demanda se determina que la demanda proyectada es de acuerdo a su posibilidad y de acuerdo a sus consumidores inmediatos, la demanda insatisfecha es de 1'587.600 almuerzos de los cuales el proyecto pretende captar el 6.80% que significa 108.000 almuerzos anuales. Del estudio técnico e ingeniería del proyecto se establece que la empresa estará ubicada en el sector Nápoles de Cayambe. Las instalaciones físicas estarán de acuerdo a los requerimientos técnicos necesarios para la operatividad de la empresa. Del Estudio Económico – Financiero se determina que el VAN es de \$129.197, la TIR de 70%. El PRI es de 1 año, 5 meses y 3 días, el B/C de \$2.79. Del análisis de impactos se establece que la empresa generará impactos positivos con un nivel de impacto “medio”.

ABSTRACT

Cayambe is located north of the Pichincha province. It holds ecological characteristics for flowers growing, mainly for the height is 2.4.10.m.s.n.m and the temperature is 11 11.5 to 16°C, to propitiate for the development of floricultural. From situation diagnosis determinate the Company has an optimistic scene for its creation, considering the number of factories actual and existing offer. From Market research establishes the offer is competitive of Oligopoly characteristics that due of the number of company's offers food service to flowers Company. From the analysis of the demand determinates according to the Immediate consumers, the Unsatisfied demand is 1'587.600 lunches of which the project try to catch 6.80 % that means 108.000 annual lunches. From the technical study and engineering of the project establish that the company will be located in Napoles Cayambe. The physical facilities are according to the technical requirements necessary for the operability of the Factory. From Economic study-Financier determinates that the VAN is 129.197 \$, the TIR of 70 %. The PRI is 1 year, 5 months and 3 days, the B/C of 2.79 \$. From the analysis of impacts establish the company will generate positive impacts with an average level.

AUTORÍA

Las ideas y contenidos expuestos en el presente informe de trabajo de fin de carrera, son de exclusiva responsabilidad de su autora, el mismo que no ha sido presentado para ningún grado, ni calificación profesional; en los contenidos tomados de diferentes fuentes de consulta, se ha hecho constar sus respectivas citas bibliográficas.

reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, a los 30 días del mes de mayo del 2015.

Firma



Nombre Grima Macarena Méndez Lanchimba

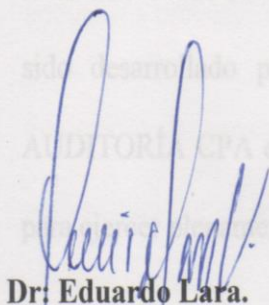
CC.100216000-8

INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado, presentado por la egresada Grima Macarena Méndez Lanchimba, para optar por el Título de Ingeniera Contabilidad y Auditoría CPA , cuyo tema es: Estudio de factibilidad para la creación de una empresa proveedora de servicios de alimentación para las florícolas del Cantón Cayambe. Considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, a los 30 días del mes de marzo del 2015.

Firma



Dr. Eduardo Lara.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo **GRIMA MACARENA MENDEZ LANCHIMBA**, con cédula de ciudadanía Nro. 100216000-8, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor (es) del trabajo de grado denominado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PROVEEDORA DE ALIMENTACION PARA LAS FRLORÍCOLAS DEL CANTÓN CAYAMBE”**, que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

NOMBRES:

DIRECCIÓN:

EMAIL:

Nombre: Grima Macarena Méndez Lanchimba

Cédula: 100216000-8

Ibarra, a los 30 días del mes de Marzo del 2015

TELÉFONO

0980209950

MÓVIL:



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	DE	100216000-8	
APELLIDOS Y NOMBRES:	Y	Grima Macarena Méndez Lanchimba	
DIRECCIÓN:		Pichincha, Cayambe	
EMAIL:		macarenagrima@hotmail.com	
TELÉFONO FIJO:		022362667	TELÉFONO MÓVIL: 0980209950

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	Estudio de factibilidad para la creación de una empresa proveedora de servicios de alimentación para las florícolas del Catón Cayambe.
AUTOR (ES):	Grima Macarena Méndez Lanchimba
FECHA: AAAAMMDD	2015-05-18
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Ingeniera en Contabilidad y Auditoría CPA
ASESOR /DIRECTOR:	Dr: Eduardo Lara

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, Grima Macarena Méndez Lanchimba, con cédula de ciudadanía Nro. 100216000-8, en calidad de autor (a) (es) y titular (es) de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

3. CONSTANCIAS

El (La) autor (a) (es) manifiesta (n) que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es (son) el (los) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que asume (n) la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 18 días del mes de mayo del 2015

LA AUTORA:**DEDICATORIA**

Esta tesis se la dedico sobre todo a papá Dios, quién me dio sabiduría, entereza y fuerzas para seguir adelante y no desmayar ante los problemas y adversidades que se presentaron durante el transcurso de mi trabajo.

(Firma).....

A toda mi querida familia quienes inculcaron en mí valores morales, sociales y humanos, por ellos soy lo que soy.

C.C.:100216000-8

Para mis padres por su apoyo, sus consejos, su comprensión, su ayuda en los momentos

DEDICATORIA

Esta tesis se la dedico sobre todo a papá Dios, quién me dio sabiduría, entereza y fuerzas para seguir adelante y no desmayar ante los problemas y adversidades que se presentaron durante el transcurso de este trabajo.

A toda mi querida familia, quienes inculcaron en mí valores morales, sociales y humanos; por ellos soy lo que soy.

Para mis padres por su apoyo, sus consejos, su comprensión, su ayuda en los momentos difíciles. A ellos que han forjado en mí todo lo que soy como persona: mis valores, mis principios, mi carácter, mi empeño, mi perseverancia, mi coraje para conseguir todos mis objetivos. Vaya para mi madre y mi padre todo mi cariño y mi amor porque hicieron todo en la vida para que yo pudiera lograr mis sueños, por motivarme y darme la mano cuando sentía que el camino se terminaba, a ustedes por siempre mi corazón y mi agradecimiento.

A mis hermanos por estar siempre presentes, acompañándome para poderme realizar en mis aspiraciones.

A mis hijos Josselin, Escarleth y Andrew, quienes han sido mis motivos de inspiración para superarme y así poder brindarle en el futuro el apoyo y las comodidades necesarias para salir adelante.

A mis maestros que en este andar por la vida, influyeron con sus lecciones, sabias enseñanzas y experiencias para formarme como una persona de bien y preparada para los retos que nos pone la vida; a todos y cada uno de ellos les dedico estas páginas de mi tesis.

AGRADECIMIENTO

A la prestigiosa Universidad Técnica del Norte a sus principales personeros a cada uno de nuestros profesores, que con sus conocimientos y paciencia; supieron enfocar nuestro esfuerzo para la consecución de este logro, importante en nuestras vidas, especialmente al Dr. Eduardo Lara. Msc, quien con su paciencia y conocimiento, nos ha guiado a la culminación del presente estudio; a nuestros compañeros, con quienes compartimos alegrías, penas, y esperanzas de ser mejores, a nuestra patria por permitirnos la posibilidad de ser profesionales para servirla.

PRESENTACIÓN

El presente proyecto tiene como finalidad el estudio de factibilidad para la creación de una empresa proveedora de servicios de alimentación para las florícolas del cantón Cayambe. El presente proyecto está estructurado de 7 capítulos que son los siguientes:

En el Capítulo I Diagnostico Situacional se realizó el análisis situacional para determinar la factibilidad o la oportunidad de inversión para la creación de una empresa proveedora de servicios de alimentación para las florícolas del cantón Cayambe.

En el Capítulo II se estructuró el Marco Teórico, con la finalidad de fundamentar en forma técnica y científica los componentes del proyecto, para lo cual se consideró bibliografía técnica de diferentes autores.

En el Capítulo III, se desarrolló el Estudio de Mercado con el objetivo de determinar la oferta, demanda sus proyecciones, demanda insatisfecha, participación del proyecto, análisis del precio, análisis de la competencia y comercialización.

En el Capítulo IV, se realizó el Estudio Técnico e Ingeniería del proyecto con la finalidad de determinar la localización del proyecto, la ubicación de la empresa, diseño de instalaciones, flujograma del proceso de elaboración de productos gastronómicos, tamaño del proyecto, presupuesto técnico e inversiones del proyecto.

En el Capítulo V, se determinó el Estudio Financiero, con la finalidad de establecer los ingresos, egresos, gastos administrativos y ventas proyectados, depreciación de activos no corrientes, amortización del crédito, elaboración de estados financieros y evaluación financiera que sustenten la factibilidad del proyecto.

En el Capítulo VI, se determinó la estructura administrativa de la empresa, con la finalidad de establecer la denominación de la empresa, slogan, aspectos filosóficos, estructura organizacional de la empresa, estructura funcional, reglamento interno y código de ética que deberá tener la empresa de manera que articule el funcionamiento en términos administrativos.

En el Capítulo VII, se identificó y midió los impactos: económico, comercial o mercadeo, empresarial, social y educativo – cultural que origina la empresa de prestación de servicios de alimentación a las empresas florícolas.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

RESUMEN EJECUTIVO	ii
ABSTRACT.....	iii
AUTORÍA.....	iv
INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO.....	v
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD	
TÉCNICA DEL NORTE	vii
IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA.....	vii
AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD.....	viii
CONSTANCIAS.....	viii
DEDICATORIA	x
AGRADECIMIENTO	xi
PRESENTACIÓN.....	xii
ÍNDICE DE CONTENIDOS	xiv
ÍNDICE DE CUADROS.....	xxi
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xxv
ÍNDICE DE MAPAS.....	xxv
OBJETIVOS	xxvi
Objetivo general.....	xxvi
Objetivos específicos	xxvi
JUSTIFICACIÓN:	xxvii
CAPÍTULO I	28
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	28
Antecedentes	28
Objetivos	29
General.....	29
Específicos	29
Variables	29
Indicadores o subaspectos que definen las variables	30
Variable: macroambiente	30
Variable: cinco fuerzas competitivas (microambiente)	30
Variable: empresas florícolas.....	30
Matriz de relación diagnóstica	31

Mecánica operativa	33
Identificación de la población	33
Diseño de técnicas e instrumentos de recolección de información.....	33
Técnicas	33
Instrumentos.....	33
Información primaria	33
Información secundaria.....	33
Evaluación de la información	34
Análisis de resultados del Macroambiente	36
Análisis las cinco fuerzas competitivas (microambiente).....	40
Resultados de la entrevista aplicada al presidente de EXPOFLORES del cantón Cayambe. .	43
Elaboración de la matriz AOOR	44
Determinación de la oportunidad de inversión	45
CAPÍTULO II	46
MARCO TEÓRICO.....	46
La empresa.....	46
Proceso administrativo.....	46
Gastronomía.....	50
Gastronomía por tipología	50
Plan de negocios	51
Importancia	51
Estudio de factibilidad del proyecto y sus componentes	52
Estudio de mercado.....	52
Producto.	52
Mercado meta.....	52
Segmentación de mercado	53
Oferta	53
Demanda.	53
Precio.	54
Estudio técnico.....	55
Macro y micro localización.	55
Tamaño de la empresa.	56
Ingeniería del proyecto	56
Diagrama de líneas de producción.....	57

Evaluación económica	57
Proyección de ganancias y pérdidas	58
Balance de comprobación	58
Estado de resultados.....	58
Estado de situación financiera	59
Estado de flujo de efectivo.....	59
Estado de ejecución presupuestaria	60
Evaluación financiera.....	60
Valor presente neto (VPN).....	60
Tasa interna de retorno (TIR)	60
Punto de equilibrio.....	61
Estudio de impactos ambientales	61
Impactos ambientales.....	61
Impactos negativos.....	61
Impactos positivos.	61
Normas de gestión ambiental.....	62
CAPÍTULO III.....	63
ESTUDIO DE MERCADO	63
Introducción	63
Objetivos del estudio de mercado	63
Objetivo general.....	63
Objetivos específicos	63
Matriz diagnostica del estudio de mercado.....	64
Identificación del producto.	66
Segmento del mercado.....	67
Mercado meta.....	68
Determinación de la población	68
Cálculo de la muestra.....	68
Fórmula de cálculo.....	68
Análisis e interpretación de los resultados de la encuesta	70
Análisis e interpretación de los resultados de la encuesta aplicada personas naturales y jurídicas que brindan el servicio de alimentación en las florícolas.	70
Análisis e interpretación de los resultados de la encuesta aplicada a los gerentes de las empresas florícolas del cantón Cayambe.....	75

Identificación y análisis de la demanda	82
Proyección de la demanda	82
Identificación y análisis de la oferta	83
Oferta actual.....	83
Proyección de la oferta.....	84
Demanda insatisfecha	86
Participación del proyecto.....	86
Análisis de precios	87
Análisis de la competencia.....	88
Comercialización	89
Estrategia de promoción	90
Estrategias de producto	91
Estrategias de plaza.....	92
Estrategias de precio	92
Conclusiones del estudio.....	93
CAPÍTULO IV.....	94
ESTUDIO TÉCNICO	94
Introducción	94
Objetivo general del estudio técnico.....	94
Localización del proyecto	94
Servicios básicos y comunicación	95
Ubicación de la empresa	96
Diseño e instalaciones.....	98
Flujograma del proceso.....	100
Tamaño del proyecto.....	101
Tamaño del proyecto en relación a la demanda.....	101
Tamaño del proyecto y disponibilidad de materia prima o insumos	101
Tamaño del proyecto en relación a la tecnología.....	101
Tamaño del proyecto y financiamiento.....	102
Tamaño del proyecto y la organización	102
Capacidad instalada	102
Capacidad operativa.....	103
Presupuesto técnico.....	103
Equipo y maquinaria requeridos	103

Inversiones fijas y diferidas	105
Inversiones fijas	105
Inversiones diferidas	105
Gastos administrativos	106
Gastos de ventas.....	106
Costos de producción.....	106
Inversión total del proyecto	108
Financiamiento del proyecto.....	108
CAPÍTULO V	110
ESTUDIO FINANCIERO	110
Introducción	110
Ingresos	110
Proyección de ingresos	111
Determinación de egresos	111
Costos de producción.....	112
Costos indirectos de producción	114
Costos de producción consolidados	118
Gastos administrativos y ventas (proyectados).....	118
Gastos administrativos	118
Gastos generales ventas (proyectados)	122
Depreciaciones y amortizaciones.....	124
Depreciación	124
Amortización.....	125
Gastos de operación y financiación	126
Saldo de efectivo requerido en caja	126
Estados financieros presupuestados.....	127
Estado de pérdidas y ganancias.....	127
Flujo neto de efectivo.....	128
Flujo de caja.....	130
Balance proyectado	131
Evaluación financiera.....	132
Calculo del costo de oportunidad de la inversión (CK).....	132
Valor Actual Neto (VAN).....	132
Tasa interna de retorno (TIR)	133

Periodo de recuperación de la inversión (PRI)	134
Relación Beneficio / Costo	135
Punto de equilibrio.....	135
CAPÍTULO VI.....	137
ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA DE LA EMPRESA.....	137
Introducción	137
Denominación de la microempresa.....	137
Primero son los clientes	138
Aspectos filosóficos.....	138
Misión.	138
Visión.....	138
Políticas.....	138
Valores	139
Estructura organizacional de la empresa.....	140
Estructura funcional	140
Reglamento interno.....	145
Código de ética	156
CAPÍTULO VII	158
IMPACTOS DEL PROYECTO	158
Introducción	158
Análisis de los impactos.....	158
Identificación de los impactos	159
Impactos económicos.....	159
Impacto comercial o de mercado	161
Impacto empresarial.....	163
Impacto social	165
Impacto cultural	167
Impacto ambiental.....	169
Impacto general.....	171
CONCLUSIONES	172
RECOMENDACIONES.....	173
BIBLIOGRAFÍA	174
ANEXOS	175
ANEXO 1.....	176

ANEXO 2.....	178
ANEXO 3.....	180

ÍNDICE DE CUADROS

Matriz de variables del diagnóstico situacional	31
Inflación	36
Categorías y fuerzas competitivas	40
Análisis de la entrevista	43
Matriz AOOR.....	44
Matriz de variables de mercado	64
Servicio de alimentación.....	66
Tiempo de servicio.....	70
Número de empresas.....	71
Precio	72
Tipo de servicio.....	73
Forma de pago.....	74
Lugar de almuerzo	75
Contratación.....	76
Posibilidad de contratación	77
Área de servicio de alimentación.....	78
Necesidad.....	79
Tipo de servicio.....	80
Forma de servicio de alimentación	81
Proyección de la demanda	83
Oferta actual.....	84
Proyección de la oferta.....	85
Balance oferta – demanda.....	86
Participación del proyecto.....	87

Análisis de precios	88
Proveedores del servicio de alimentación a las empresas florícolas del cantón Cayambe.....	88
Método por puntos	97
Áreas requeridas para el funcionamiento de la empresa.....	99
Equipo y maquinaria de cocina.....	103
Muebles y enseres de cocina.....	104
Muebles y enseres administrativo	104
Vehículo	104
Equipo de informática de administración	104
Activos fijos	105
Activos pre operativos	105
Gastos administrativos	106
Gastos de ventas.....	106
Costos de producción.....	107
Capital de trabajo inicial	107
Inversiones totales.....	108
Fuentes de financiamiento	109
Proyección de ingresos	111
Detalle de materiales directos	112
Proyección de materiales directos (materia prima).....	113
Mano de obra directa año 1	113
Mano de obra directa año 2.....	113
Mano de obra directa año 3.....	114
Mano de obra directa año 4.....	114
Mano de obra directa año 5.....	114

Presupuesto de costos indirectos de producción	115
Materiales indirectos	115
Mano de obra indirecta año 1	116
Mano de obra indirecta año 2	116
Mano de obra indirecta año 3	116
Mano de obra indirecta año 4	117
Mano de obra indirecta año 5	117
Servicios básicos	117
Costos de producción	118
Gastos administrativos	119
Salario de personal año 1	119
Salario de personal año 2	120
Salario de personal año 3	120
Salario de personal año 4	120
Salario de personal año 5	121
Insumos de oficina	121
Gastos generales de ventas	122
Personal de ventas año 1	122
Personal de ventas año 2	123
Personal de ventas año 3	123
Personal de ventas año 4	123
Personal de ventas año 5	124
Depreciación	124
Amortización	125
Gastos de financiación	126

Costos de operación y de financiación.....	126
Saldo de efectivo requerido en caja	127
Estado de pérdidas y ganancias.....	128
Flujo neto de efectivo.....	129
Flujo de caja.....	130
Balance inicial y proyectado	131
Costo de oportunidad	132
Periodo de recuperación de la inversión	134
Beneficio costo.....	135
Punto de equilibrio.....	136
Resumen de la evaluación financiera.....	136
Identificación del cargo de Gerente	141
Identificación del cargo de Contador/a	142
Identificación del cargo de Cocinero/a	143
Identificación del cargo de Ayudante de cocina	144
Identificación del cargo de despachador.....	145
Valoración cualitativa y cuantitativa	159
Matriz de impacto económico.....	160
Matriz de impacto comercial o de mercado	162
Matriz de impacto empresarial.....	164
Matriz de impacto social	166
Matriz de impacto educativo - cultural	168
Matriz de impacto ambiental	169
Impacto general.....	171

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Matriz de Michael Porter	35
Tiempo de servicio.....	70
Número de empresas.....	71
Precio	72
Tipo de servicio.....	73
Forma de pago.....	74
Lugar de almuerzo	75
Contratación.....	76
Posibilidad de contratación	77
Área de servicio de alimentación.....	78
Necesidad.....	79
Tipo de servicio.....	80
Forma de servicio de alimentación	81
Elaboración de productos gastronómicos	100
Primero son los clientes	138
Organigrama estructural.....	140

ÍNDICE DE MAPAS

1. Macrolocalización del proyecto.....	95
2. Ubicación de la empresa	98
3. Diseño arquitectónico de la empresa de servicio de alimentación para empresas florícolas.	99

OBJETIVOS

Objetivo general

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa proveedora de servicios de alimentación para las florícolas del cantón Cayambe.

Objetivos específicos

1. Realizar un diagnóstico situacional para determinar la factibilidad de crear una empresa proveedora de servicios de alimentación para las florícolas del cantón Cayambe, determinando los posibles aliados, oponentes, riesgos y oportunidades de la empresa.
2. Estructurar las bases teóricas y científicas que permitan construir el marco teórico para la creación de una empresa dedicada a la prestación de servicios de alimentación.
3. Elaborar un estudio de mercado, con la finalidad de analizar la demanda, oferta, sus proyecciones, precio, para definir el mercado meta del proyecto.
4. Realizar el estudio técnico e ingeniería del proyecto para establecer el tamaño de la empresa, su macro y microlocalización, los procesos de producción, tecnología, selección de equipos y maquinaria, cálculo de materias primas, requerimientos de talento humano e infraestructura física.
5. Determinar la viabilidad económica y financiera del proyecto, mediante la estructura de inversión inicial, costos y gastos, estados de situación financiera proyectada, Valor Presente Neto, Tasa Interna de Retorno, Beneficio Costo, Periodo de Recuperación de la Inversión que fundamente los niveles de rentabilidad del proyecto.
6. Determinar la estructura organizativa de la empresa de servicio de alimentación, con el objetivo de establecer la misión, visión, políticas, valores de la misma.
7. Establecer los principales impactos: económico, comercial o mercadeo, empresarial, social, educativo – cultural y ambiental que genera la empresa de servicios de alimentación.

JUSTIFICACIÓN:

El presente estudio propone cubrir una necesidad de servicios de alimentación en las empresas florícolas el cantón Cayambe, teniendo en cuenta el hecho de que el mercado no se siente completamente satisfecho con la oferta actual de servicios de alimentación, lo cual ha generado una oportunidad de negocio que genere rentabilidad y a la vez cumpla con las expectativas al brindar un servicio y productos de calidad, consolidándose así como una empresa líder en su campo entre los límites del sector antes mencionado.

Al ser el mercado alimenticio un sector de gran crecimiento es inminente la creación de nuevas empresas dedicadas a este giro de negocio. Actualmente Existen 35 familias dedicadas a esta actividad, pero no han logrado cubrir todas las necesidades de los consumidores, por lo cual vemos necesario la aplicación de un estudio de mercado para determinar potenciales clientes y la situación del entorno en el que se desenvolverá la empresa.

La ventaja competitiva que diferenciara a la empresa radica en la calidad del servicio que se puede brindar a los clientes, al satisfacer sus necesidades básicas como: elaboración y preparación de menús nutritivos, diseño de planes de producción en base a procesos específicamente durante la etapa de manipulación y preparación como BPM (Buena Practica de Manufacturas), y HACCP (Análisis de riesgos y puntos críticos de control).

Por último será necesario justificar la factibilidad de la creación de esta empresa a través de un estudio financiero que oriente y permita apreciar la rentabilidad que pudiera tener este negocio a futuro con una administración adecuada de los recursos.

CAPÍTULO I

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1 Antecedentes

El cantón Cayambe está ubicado al norte de la provincia de Pichincha, posee características ecológicas aptas para el cultivo de flores, debido principalmente a su altura que es de 2.410m.s.n.m, una temperatura promedio de 11.5 a 16°C, situación propicia para el desarrollo florícola.

La evolución del sector florícola en el cantón Cayambe se sustenta en el mercado internacional de Europa, Países Bajos y Estados Unidos, que según PROECUADOR en el año 2014 se exportaron alrededor de 104.815 tnm. El sector florícola es la actividad más importante del cantón Cayambe, abarca una producción y cultivo de flores de variadas especies como: flores de verano, flores tropicales, diferentes variedades de rosas. El sector florícola ha crecido de manera rápida considerando que en el año 1999 se localizaban en el cantón Cayambe alrededor de 55 empresas florícolas y en el año 2014 se localizan 95 empresas según EXPOFLORES de Cayambe. La modalidad de cultivo de estas empresas es bajo invernadero los mismos que son de madera, metal y mixtos.

El desarrollo florícola en el cantón Cayambe abrió posibilidades de trabajo para su población, teniendo actualmente una PEA en este sector de 14.250 personas dedicadas a labores agrícolas y administrativas en estas empresas.

Las empresas florícolas para su actividad requieren de insumos agrícolas, tecnología y servicios complementarios importantes para su talento humano como es el servicio de

alimentación; razón por la cual se establece el presente proyecto de creación de una empresa de servicios de alimentación para las empresas florícolas del cantón Cayambe; siendo un punto de partida la realización de un diagnóstico situacional.

1.2 Objetivos

1.2.1 General

Elaborar un diagnóstico situacional para determinar la factibilidad o la oportunidad de inversión para la creación de una empresa proveedora de servicios de alimentación para las florícolas del cantón Cayambe.

1.2.2. Específicos

1. Analizar el macroambiente de los entornos: económico, político, social, tecnológico, legal y su interrelación con el proyecto.
2. Identificar las cinco fuerzas competitivas (microambiente): empresas existentes, empresas que van a ingresar en el mercado, productos sustitutos, clientes y proveedores.
3. Identificar el número de empresas florícolas registradas en EXPOFLORES de Cayambe.

1.3 Variables

Las variables sujetas análisis son las siguientes:

- Macroambiente
- Cinco fuerzas competitivas (microentorno)
- Empresas florícolas

1.4 Indicadores o subaspectos que definen las variables

Para analizar las variables del macro y microambiente se determinó los indicadores siguientes:

1.4.1. Variable: macroambiente

- Factor político
- Factor tecnológico
- Factor legal
- Factor económico
- Factor social

1.4.2. Variable: cinco fuerzas competitivas (microambiente)

- Empresas competidoras actuales
- Empresas que van ingresar en el mercado
- Productos sustitutos
- Mercado de clientes
- Proveedores

1.4.3. Variable: empresas florícolas

- Número de empresas florícolas
- Incremento de empresas florícolas
- Servicios de alimentación
- Existencia de empresas de servicio de alimentación
- Número de empresas de servicio de alimentación
- Promedio de trabajadores

1.5 Matriz de relación diagnóstica

Cuadro N° 1

Matriz de variables del diagnóstico situacional

OBJETIVO	VARIABLE	INDICADORES	INFORMACIÓN	INSTRUMENTOS	SUJETOS
Analizar el macroambiente de los entornos: económico, político, social, tecnológico, legal y su interrelación con el proyecto	Macroambiente	Factor político	Secundaria	Documental	Ministerios relacionados con el proyecto
		Factor tecnológico	Secundaria	Documental	Manuales técnicos del área de gastronomía
		Factor legal	Secundaria	Documental	Ministerios relacionados con el proyecto
		Factor económico	Secundaria	Documental	Banco Central del Ecuador e INEC 2010
		Factor social	Secundaria	Documental	Ministerios relacionados con el proyecto
Identificar las cinco fuerzas competitivas (microambiente): empresas existentes, empresas que van a ingresar en el mercado, productos sustitutos, clientes y proveedores	Cinco fuerzas competitivas (microambiente)	Empresas competidoras actuales	Secundaria	Documental	Presidente de la asociación de microempresarios que ofertan alimentación a las florícolas
		Empresas que van a ingresar al mercado	Secundaria	Documental	Cámara de Comercio de Cayambe

		Productos sustitutos	Secundaria	Documental	Manuales técnicos de gastronomía
		Mercado de clientes	Secundaria	Documental	Empresas florícolas del cantón Cayambe
		Proveedores	Secundaria	Documental	Cámara de Comercio de Cayambe
Identificar el número de empresas florícolas registradas en EXPOFLORES de Cayambe.	Empresas Privadas	Número de empresas florícolas	Primaria	Entrevista	Presidente de EXPOFLORES de Cayambe
		Incremento de empresas florícolas	Primaria	Entrevista	Presidente de EXPOFLORES de Cayambe
		Servicios de alimentación	Primaria	Entrevista	Presidente de EXPOFLORES de Cayambe
		Existencia de empresas de servicio de alimentación	Primaria	Entrevista	Presidente de EXPOFLORES de Cayambe
		Número de empresas de servicio de alimentación	Primaria	Entrevista	Presidente de EXPOFLORES de Cayambe
		Promedio de trabajadores	Primaria	Entrevista	Presidente de EXPOFLORES de Cayambe

1.6 Mecánica operativa

1.6.1 Identificación de la población

Se entrevistó al presidente de EXPOFLORES del cantón Cayambe con la finalidad de identificar el número de empresas florícolas que están registradas en esta institución.

1.7 Diseño de técnicas e instrumentos de recolección de información

1.7.1 Técnicas

La técnica que se aplicó para levantar la información es la entrevista.

1.7.2 Instrumentos

Para la realización de la encuesta se diseñó un instrumento de recolección de información (cuestionario de entrevista), fundamentado en la matriz de variables e indicadores sujetos a investigación.

1.7.3 Información primaria

Entrevista.

La entrevista se aplicó al presidente de EXPOFLORES del cantón Cayambe, con la finalidad de obtener información referente al número de empresas florícolas que están registradas en esta entidad.

1.7.4 Información secundaria.

La información secundaria se obtuvo en lo referente al número de empresas florícolas de EXPOFLORES cantón Cayambe, información que permite determinar el número de

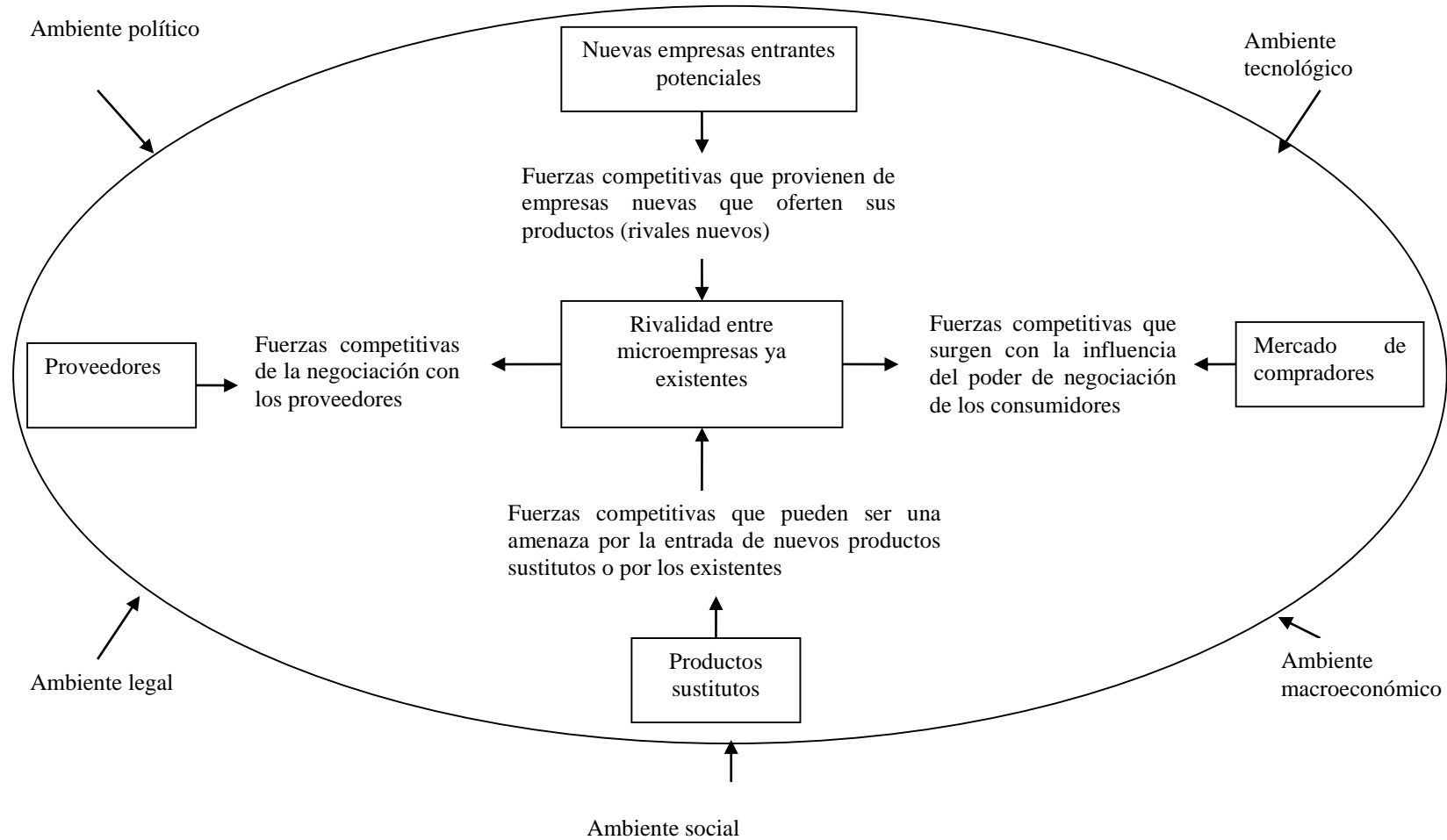
empresas existentes. La información que sustenta los componentes del proyecto se obtuvo a través de fuentes bibliográficas de diferentes autores y de páginas de internet.

1.8 Evaluación de la información

Para el análisis de la información externa se utilizó la matriz de Michael Porter o también conocida como la matriz de las 5 fuerzas competitivas, mediante la cual permitió el análisis del macro y microambiente en una forma técnica holística y sistemática. Se fundamentó en el análisis competitivo que tendrá el proyecto de creación de una empresa proveedora de alimentos para las empresas florícolas del cantón Cayambe, provincia de Pichincha

Gráfico N° 1

Matriz de Michael Porter



Fuente: Planificación de marketing, Harvard, Business, Pág. 137 - 139

1.8.1 Análisis de resultados del Macroambiente

El rol del macro ambiente fue un análisis de los factores externos y se clasificó en cuatro categorías o entornos; económicas, políticas, legal, tecnológica y social

a) Entorno económico

Al analizar el entorno económico se consideró los siguientes indicadores como son:

Inflación

La inflación es una medida estadísticamente a través del Índice de Precios al Consumidor del Área Urbana (IPCU), a partir de la canasta de bienes y servicios demandados por los consumidores de estratos medios y bajos, establecida a través de una encuesta de hogares. Según el Banco Central del Ecuador el comportamiento de la inflación es el siguiente:

Cuadro N° 2

Inflación

FECHA	VALOR
Febrero-28-2015	4.05 %
Enero-31-2015	3.53 %
Diciembre-31-2014	3.67 %

Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: la autora

Al analizar la inflación se considera que la tasa actual que tiene el país, no afecta al proyecto en manera significativa o directa, debido a que la tasa será considerada en sus proyecciones económicas de sus ingresos y costos para que el proyecto tenga sensibilidad, menores riesgos a esta inflación.

Producto Interno Bruto (PIB)

Según datos del Banco Central del Ecuador, se puede observar que la composición del PIB por clase de actividad económica ha presentado una tendencia creciente, del año 2013 al 2014, la tasa de crecimiento promedio anual en el periodo 2008 – 2014 es del 4.20%.

Las actividades que contribuyeron mayoritariamente al crecimiento del PIB, obteniendo una importante tasa de crecimiento fueron: la construcción con el 2.67%. Otros sectores importantes incluyen servicios, comercio al por mayor y menor e industria manufacturera. La actividad de la alimentación está considerada en esta clase o actividad económica. Otros servicios tiene una variación significativa, en el año 2012 represento el 24,44% en el Análisis de PIB con un incremento proyectado para el año 2013 del 7,69% lo que determina una oportunidad que el sector ofrece para el proyecto de creación de la empresa para proveer alimentación a las florícolas.

Tasas de interés activas

La tasa de interés es un indicador económico analizado para la viabilidad del proyecto, estableciéndose que las entidades estatales que ofertan financiamiento para este tipo de proyectos son del Banco Nacional de Fomento con una tasa activa del 10% y la Corporación Financiera Nacional a una tasa del 11% anual. La oferta créditos para proyectos nuevos de inversión micro empresariales que tienen estas entidades financieras es que dotan del 70% de la inversión inicial y el 30 % debe ser cubierto por los beneficiarios del crédito.

b) Entorno tecnológico

El campo de la gastronomía específicamente la de preparación de alimentos como almuerzos, meriendas, desayunos convencionales, se viene aplicando las tecnologías de tipo microempresarial, generalmente de experiencias obtenidas por personas que poseen

competencias en gastronomía, cocina en general. Es importante señalar que estas tecnologías se fundamentan en recetas tradicionales para la elaboración de los menús y que deberán ser aplicadas por la microempresa que se va crear para lo cual es importante considerar ambientes físicos acordes a las normativas técnicas que exige los organismos de control como los municipios para extender el permiso de funcionamiento, así como los Bomberos, específicamente para este tipo de actividad económica fundamentadas en la salud y seguridad ocupacional de las personas que ejecutan estas tareas, con la finalidad de tener un marco legal de estándares de seguridad y salud laboral. Referente a los equipos que son necesarios para esta actividad económica existe en el mercado una gama de equipos de cocina de manera que el personal que efectúe estos procesos disponga de un trabajo seguro y saludable.

c) Entorno social

Las empresas florícolas por lo general ofrecen el servicio de alimenticio para sus trabajadores, como una política social de gestión del talento humano razón por la cual se han establecido relaciones comerciales con empresas y personas naturales que ofertan este tipo de servicios de gastronomía como almuerzos, desayunos refrigerios bufetes a las empresas florícolas de Cayambe. El sector de las empresas florícolas de Cayambe mantienen relaciones comerciales con estas unidades económicas y otras como restaurantes, caferías, sitios de comidas rápidas en general, lo que origina una expansión en su consumo a nivel de este mercado importante, que por sus horarios de trabajo requieren de este tipo de servicios de alimentación.

Las empresas florícolas necesitan de los servicios de especialmente de almuerzos a domicilio en sus lugares de trabajo debido a que los horarios que brindan las empresas a sus trabajadores es generalmente de una hora u hora y media. Los servicios de alimentación a estas empresas pueden convertirse en una de las alternativas más idóneas para

emprendimientos de servicios de alimentación en este cantón lo que ofrece una oportunidad para el proyecto.

d) Entorno político

La política en general de la preparación de alimentos determina que las organizaciones son los responsables de proveer ambientes seguros y saludables para su talento humano y niveles de confort para sus clientes y usuarios. Con este antecedente se establece que existen políticas del Ministerio de Relaciones Laborales, el IESS y el Ministerio de Salud en cuanto al manejo de ambientes saludables de los restaurantes en general y la línea de catering, y otras formas de elaboración y comercialización de estos servicios, que ofrezcan seguridad y bienestar al talento humano que labora en estas microempresas. Desde el punto de vista legal de tributación el Servicio de Rentas Internas es el ente regulador de las obligaciones de impuestos de este tipo de actividad económica.

e) Entorno legal

La microempresa deberá sujetarse a la normativa técnica del Instituto Ecuatoriano de Normalización INEN: NTE INEN 2436:2007, que regula para el funcionamiento de restaurantes, catering y de empresas de alimentos y bebidas, así como de otras de similares actividades económicas. Esta normativa regula específicamente a las políticas que el talento humano debe sujetarse en la preparación de estos alimentos y de bebidas.

La normativa sanitaria es otro requisito que deberá cumplir el proyecto, para lo cual se aplicara los términos contractuales que exige la Dirección de Salud Pública, para disponer el permiso respectivo de la empresa de provisión de alimentos para las empresas florícolas del sector

En relación al medio ambiente, esta actividad económica debe establecer la ficha ambiental, con la finalidad de disponer la autorización de este Ministerio para su funcionamiento. La patente municipal es otro de los permisos que deben tener estas unidades económicas, para su funcionamiento. Otro de los requisitos importantes que se deberá contemplar es los que regula el Ministerio de Turismo, con la finalidad de tener la categoría de restaurante.

1.8.2 Análisis las cinco fuerzas competitivas (microambiente)

El modelo de las cinco fuerzas reconoce cinco categorías del microambiente o fuerzas competitivas que corresponden a las siguientes:

Cuadro N° 3

Categorías y fuerzas competitivas

CATEGORÍAS DE FUERZAS COMPETITIVAS	
COMPETIDORES	
a) Competidores directos o actuales	Intensidad de la rivalidad Barreras de entrada
b) Competidores que van a ingresar	Porciones de sustitución
c) Productos sustitutos	Poder de negociación de los
d) Proveedores	proveedores
e) Mercado o clientes	Poder de negociación de los clientes.

Fuente: Michael Porter. Ventajas Competitivas. Págs. 56-64.

Elaboración: La autora

1. **Rivalidad entre la competencia actual.-** Es una de las fuerzas más poderosas que tendrá la microempresa de producción de alimentos para las florícolas, para posicionarse en este mercado, para lo cual tendrá que crear estrategias competitivas para obtener una posición más fuerte y una ventaja sobre sus rivales.

En la ciudad de Cayambe en la actualidad se localizan alrededor de 35 microempresas de personas naturales, restaurantes, cafeterías y otras empresas que ofertan servicios de

alimentación a las florícolas que se convertirían en los competidores directos del proyecto; si se considera que la demanda de estos productos está creciendo en estas florícolas por la expansión de las mismas. Se consideran como competidores indirectos a los restaurantes y cafeterías que ofrecen dentro del menú almuerzos y desayunos para comercializar con estas empresas.

2. **Competidores que van ingresar.-** En la actualidad por consulta directa en la Cámara de Comercio de la ciudad de Cayambe se establece que no existe información referente a la conformación de empresas de gastronomía de tipo catering, por lo que no es una amenaza para el proyecto; para satisfacer la demanda actual de la demanda de alimentación que tienen las florícolas para su personal.
3. **Productos sustitutos.-** Los productos sustitutos que tiene la microempresa proveedora de alimentos son el sector de los restaurantes, caferías, delicatesen, fruterías y otros tipos de restaurantes de comidas que ofertan servicios de alimentación en general o específicamente al sector florícola . El proyecto puede tener, con mucha frecuencia estrecha competencia con los restaurantes en general y restaurantes, que en sus menús disponen de este tipo de gastronomía (almuerzos desayunos refrigerios y otros). Se considera como productos sustitutos a otra línea de alimentos como los de marisquerías que pueden comercializar con estas empresas. En el caso de estas empresas representarían una competencia indirecta. La disponibilidad de estos productos sustitutos se ha posicionado en diferentes segmentos que puede ser el florícola, por lo que será importante estructurar estrategias competitivas que diferencien a la microempresa.
4. **Mercado o clientes.-** Los clientes potenciales del proyecto son las empresas florícolas del canto Cayambe que tienen una importante influencia negociadora en diversas situaciones, que generalmente aplican, para acceder a este tipo de alimentación y que están determinados por la calidad del producto, los precios, el volumen o la porción y la

presentación del respectivo producto. El mercado o clientes potenciales son las empresas que no dispones de este tipo de servicio de alimentación lo que determina una oportunidad para el proyecto debido a que existe una demanda latente posiblemente insatisfecha de este servicio lo que ofrece un escenario positivo optimista para el proyecto.

5. **Proveedores.-** Los proveedores de la materias primas principales para la microempresa proveedora de alimentación son: los supermercados comisariatos, tiendas de verduras de la ciudad de Cayambe. En relación a proveedores de mariscos serán los diferentes comerciantes de mariscos, localizados en esta ciudad, y en los mercados que se ajusten a los requisitos y políticas de calidad que tendrá la microempresa. Las otras materias primas e insumos de cocina se adquirirá en los diferentes supermercados y comisariatos de la ciudad.

El abastecimiento de estas materias primas se efectúa a través de varios proveedores que tienen una gran capacidad para surtir los pedidos según las necesidades de los clientes, por lo que existe la facilidad para obtener la cantidad en términos más favorables y de mejores condiciones contractuales según su tamaño operativo.

1.8.3 Resultados de la entrevista aplicada al presidente de EXPOFLORES del cantón Cayambe.

Cuadro N° 4

Análisis de la entrevista

Pregunta	Análisis
1. ¿Qué número de empresas florícolas se localizan en el cantón Cayambe?	En esta institución se encuentran inscritas 95 empresas florícolas.
2. ¿Del año 2009 al 2014, que número de empresas florícolas se han incrementado?	En el año 2009 se registraban 55 empresas florícolas, en la actualidad tenemos registrado 95 empresas legalmente constituidas.
3. ¿Las empresas florícolas requieren de servicios de alimentación para su personal?	Todas las empresas tienen como política el servicio de alimentación para su personal, considerando que es un servicio de importancia para el desarrollo operativo de su talento humano.
4. ¿Existen empresas que dotan de servicio de alimentación a las empresas florícolas?	Si existen personas naturales y jurídicas que prestan servicios de alimentación y tienen contratos establecidos con empresas florícolas localizadas en el cantón
5. ¿Qué número de empresas son las que actualmente prestan servicios de alimentación a estas empresas florícolas?	Según reportes estadísticos se determina que 35 empresas o personas naturales actualmente brindan el servicio de alimentación al personal de las florícolas
6. ¿Cuál es el promedio de trabajadores que tiene generalmente una empresa florícola?	Según la capacidad de producción en relación a las hectáreas y el volumen de flores el número de trabajadores varía de empresa a empresa, pero se tiene un promedio de trabajadores por empresa de 150. En época de alta demanda de flores se fluctúa en un 5% de incremento de talento humano.

Fuente: EXPOFLORES de Cayambe
Elaborado por: la autora

1.9 Elaboración de la matriz AOOR

Con los resultados de la información obtenida se procedió a construir la matriz AOOR.

Cuadro N° 5

Matriz AOOR

ALIADOS	OPONENTES
1. Proveedores de insumos y materias primas para la producción de alimentos.	1. Las empresas y personas naturales que actualmente prestan servicios de alimentación a las empresas florícolas
2. Empresas florícolas del cantón Cayambe que requieren servicios de alimentación.	
3. Cumplimientos de las normas legales y técnicas que exigen los ministerios respectivos para el funcionamiento del proyecto.	2. Posicionamiento actual de empresas competidoras.
4. Contará con talento humano especializado en servicios de alimentación.	3. Que algunas empresas florícolas tengan preferencia por las personas naturales y jurídicas que actualmente prestan este servicio
5. Implementar precios accesibles a los servicios de alimentación	
OPORTUNIDADES	RIESGOS
1. Ofertar servicios de alimentación diferenciados que cubran las expectativas de las empresas florícolas.	1. No disponer de financiamiento de inversión inicial que requiere el proyecto.
2. Generar servicios de alimentación para la demanda existente con óptimos índices de eficiencia.	2. Cambios de políticas en los servicios de alimentación en las empresas florícolas.
3. Buscar Posicionamiento en el mercado.	
4. Generar una empresa sustentable y sostenible en términos de rentabilidad económica y financiera.	3. Ingreso de grandes empresas de prestación de servicios de alimentación.

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

1.10 Determinación de la oportunidad de inversión

Las empresas florícolas localizadas en el cantón Cayambe, tienen como política dotar los servicios de alimentación para su talento humano, específicamente de almuerzos que son asumidos por los propietarios de estas florícolas. Estos servicios de alimentación es pertinente y necesario para las florícolas en vista de que propenden buscar espacios y políticas de administración del talento humano para que el mismo disponga de una alimentación nutritiva, corporativa y mejorar los niveles en el ámbito laboral de estas empresas.

Actualmente en el cantón Cayambe se localizan 95 empresas florícolas que agrupa a 14.250 personas entre trabajadores operativos o de campo y administrativos; con un promedio de 150 trabajadores por empresa florícola. Otro de los resultados del diagnóstico establece que existen 35 personas naturales y jurídicas que prestan servicios de alimentación a las empresas florícolas de Cayambe; este escenario genera una oportunidad para la creación de una empresa de servicios de alimentación para el personal de las empresas florícolas del cantón, considerando el número de empresas actuales y la oferta existente.

La empresa de prestación de servicios de alimentación para su creación y operatividad tiene un mercado óptimo potencial que será analizado y fundamentado en el capítulo estudio de mercado, para establecer la viabilidad del proyecto desde este punto de vista y encontrar los parámetros técnicos y de ingeniería que sustenten la viabilidad económica y financiera del proyecto.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1 La empresa

“Unidad económica organizada para alcanzar uno o varios objetivos relacionados con la producción y/o distribución de bienes y servicios. Por la calidad de sus propietarios, las empresas pueden clasificar como individuales, sociales de echo y sociedad de derecho.” (LEY DE COMPANIAS, 2008, pág. 58)

La empresa tiene como objetivo comercializar servicios de alimentación a las empresas florícolas del cantón Cayambe.

2.1.1 Proceso administrativo

1 Estructura administrativa

Según (BESLEY & BRIGHAM, 2010). Será las diversas condiciones estables de la división de procesos, funciones y a autoridad a través de las cuales opere la organización. Se expresan medianamente en los denominados organigramas los cuales pueden ser; organigrama estructura, funcional y complementando con la descripción de cargos.

En la etapa de factibilidad de proyecto se definirá la organización más apropiada para la empresa teniendo en claro cuáles son los objetivos de esta y su radio de acción (exigencias de los clientes internos y externos) así como los aspectos tecnológicos, ambientales y sociales interno y externo.

2 Organigrama

Según (DOUGLAS, 2010). “Este tiene una virtud dual, por una parte trae ventajas, debido a que permite observar la estructura interna de una organización; y por otra parte trae desventajas que esa estructura de adecue a algo escrito y no a lo que es en realidad”.

El organigrama es el resultado de la creación de la estructura de una organización la cual hay que representar. Estos muestran los niveles jerárquicos existentes en una empresa u organización.

En cuanto a los tipos de organigramas, los verticales con los que se utilizan con más frecuencias, mientras que los de tipo escalar y circular son los menos conocidos.

Entre la ventaja más resaltante de un organigrama es que muestra quien depende de quién y tiene la particularidad de indicar a los administradores y al personal nuevo la forma como se integra la organización.

Así como existen múltiples factores positivos, también se detallan las desventajas, considerándose muy desfavorable de aspecto que con frecuencia indican la organización como era antes y no como actualmente es, ya que algunos administradores olvidan actualizarlos y descuidan el dinamismo de la organización lo cual hace que un organigrama sea obsoleto.

3 Evaluación organizacional.

Según (DUANE, 2010). Será importante resaltar los cuatro siguientes puntos: para lograr los objetivos que se propone el proyecto es fundamental orientar los esfuerzos y administrar los recursos disponibles de la manera más adecuada a dichos objetivos. La instrumentación de esto se logra a través del componente administrativo de la organización, el cual debe integrar tres variables básicas para su gestión:

- *Las unidades organizativas.*
- *Los recursos humanos, financieros, materiales.*
- *Los planes de trabajo.*

La totalidad de actividades que implica la ejecución del proyecto y su posterior operación debe ser programada, coordinada y controlada por alguna instancia que el proyecto debe proveer lo cual será el tipo de organización administrativa que tendrá el mismo.

--La estructura organizativa deberá definir distintas opciones de procedimientos administrativos de forma que permita un adecuado desarrollo del proyecto considerando las características propias del proyecto, el volumen de operación es, la magnitud de inversiones, número de socios, aspectos legales, laborales y tributarios del sector.

4 Plan de organización.

Según (ENCOMENDERO, 2010). Diseño y descripción de la estructura de una entidad o empresa. En él se define y agrupa las distintas actividades con el fin de lograr el efectivo cumplimiento de sus objetivos:

- a) La determinación de las funciones y deberes a nivel de cargo;
- b) Integración de todas las funciones y actividades en unidades orgánicas con fisonomía e importancia propias y adecuadamente coordinadas;
- c) Jerarquización de la autoridad de tal manera que, los grupos o individuos separados por la división funcional del trabajo, actúen en interrelación y en líneas claras de responsabilidad.

5 La planeación

Según (ETZEL, 2010). Para poder comprender el concepto de planeación estratégica se debe involucrar seis factores críticos:

1. *La estrategia es un patrón de decisiones coherente, unificado e integrador; esto significa que su desarrollo es consciente, explícito y proactivo.*
2. *La estrategia constituye un medio para establecer el propósito de una organización en términos de sus objetivos a largo plazo, sus planes de acción y la asignación de recursos.*
3. *La estrategia es una definición del dominio competitivo de la compañía: en qué tipo de negocio se halla en realidad.*
4. *La estrategia representa una respuesta a las fortalezas y debilidades internas y las oportunidades y amenazas externas, con el fin de desarrollar una ventaja competitiva.*
5. *La estrategia se convierte en un sistema lógico para diferenciar las tareas ejecutivas y administrativas y los roles a niveles corporativo, de negocios y funcional, de tal manera que la estructura se ajuste a la función.*
6. *Constituye la forma de definir la contribución económica y no económica que la organización hará a sus grupos de interés su razón de ser.*

La planeación es la primera función administrativa porque sirve de base de las demás funciones. Una adecuada planeación se fundamenta en hechos y no en subjetividades o buenos deseos, la planeación considera a la programación cronológica, como una técnica adecuada para la determinación de periodos específicos para cada actividad a desarrollarse.

2.2 Gastronomía

Según (BARRAGÁN, 2010) La gastronomía es una variada forma de preparar distintos tipos de alimentos y se aplica en la cocina nacional e internacional. La gastronomía aplica diferentes procesos e ingredientes que varían en función de la variedad de aspectos sociales y culturales de un país, provincia o localidad. La gastronomía puede ser de comidas, dulces, bebidas con características muy especiales y únicas de cada región.

La gastronomía se caracteriza por ser particular de alguna región en especial, también es considerada como la actividad que se encarga de la preparación de alimentos y la nutrición. La gastronomía viene desde la antigüedad ya que cada sociedad tenía sus platos que la diferenciaban.

2.2.1 Gastronomía por tipología

Según (BARRAGÁN, 2010), la gastronomía se divide en la siguiente tipología:

- *De acuerdo al régimen: gastronomía vegetariana, naturista, macrobiótica, flugivora, internacional, creativa y casera.*
- *De acuerdo a las épocas: gastronomía de navidad, semana santa, época colonial.*
- *De acuerdo a la religión: gastronomía budista, cristiana, Islam, Judía, rastafari.*
- *Corrientes: fast food, slow food y ecogastronomía.*

La gastronomía no solo se relaciona con la comida, también lo hace con diferentes culturas, por lo que se encuentra vinculada a la cultura de cada país las cuales han ido cogiendo popularidad a través de los años, debido a que los visitantes las han introducido en el mundo con la preparación de distintos platos gastronómicos.

2.3 Plan de negocios

Según (FRIEND & ZEHLE, 2010). El plan de negocios identificará el mercado, sus perspectivas, de crecimiento, los clientes objetivos y los principales competidores. Deberá basarse en un conjunto de estimaciones creíbles, y deberá identificar aquellas estimaciones a los que la rentabilidad del negocio es más sensible. Deberá asimismo identificar los riesgos que enfrentan el negocio, los potenciales inconvenientes y las acciones que se tomarán con el fin de atenuar los riesgos.

Un plan de negocios es importante porque es un documento en el cual se analizan factores de mercado, estudio técnico e ingeniería, evaluación económica y financiera, aspectos administrativos e impactos de un determinado negocio de manera que se establezcan acciones y estrategias que permitan determinar la factibilidad del mismo.

2.3.1 Importancia

Según (VACA, 2010) La planificación empresarial se hace por muchas razones. En las grandes organizaciones es un proceso en curso para dar la dirección de la organización y lo más importante para planificar el flujo de caja. Dentro de las grandes empresas los planes de negocios son necesarios para "proyectos", por ejemplo, para lanzar un nuevo producto. En esta evaluación de la inversión caso el enfoque del plan. Sin embargo, la mayoría de la gente piensa en la planificación empresarial en el contexto de la creación de un nuevo negocio y la obtención de financiación de los inversores y esto es lo que se centra en este artículo.

Los planes de negocios son importantes porque permiten comunicar una idea de negocio viable para los inversionistas, concretarlo y ponerlo en marcha. Los planes de negocios tienen aspectos importantes de la gestión empresarial incluye información veraz y proyecciones sobre los ingresos del negocio.

2.4 Estudio de factibilidad del proyecto y sus componentes

2.4.1 Estudio de mercado

“En el caso de un proyecto, la finalidad del estudio del mercado es probar que existe un número suficiente de individuos, empresas u otra entidades económicas que, dadas ciertas condiciones presentan una demanda que justifica la puesta en marcha de un determinado programa de producción”. (ETZEL, 2010, pág. 75)

El estudio de mercado es una herramienta de mercadeo que permite y facilita la obtención de datos, resultados que de una u otra forma serán analizados, procesados mediante herramientas estadísticas y así obtener como resultados la aceptación o no y sus complicaciones de un producto dentro del mercado y a la vez análisis de la información relevante sobre los elementos esenciales que caracterizan un mercado, ya sea competidores, oferta, demanda, así como los factores externos que influyen en el mismo, de esta manera conocer la localización de los mercados más rentables para un determinado tipo de bien o servicio

2.4.2 Producto.

“El producto es el resultado de la combinación de materiales y procesos definidos y establecidos de acuerdo con el diseño previo del mismo”. (ARMSTRONG, 2011, pág. 38)

Se puede concluir que el producto es el resultado de la combinación de todos y cada uno de los factores de producción, para satisfacer las necesidades de la colectividad.

2.4.3 Mercado meta

“Es la parte del mercado hacia la que conviene dirigir la atención, tomando en cuenta tanto su atractivo como la capacidad de la empresa para servir con ventaja a esa parte”. (LEMMAN, 2012, pág. 55)

El mercado meta es el mercado objetivo al cual se va a dirigir un producto de una empresa, que está básicamente determinado por la mayoría de personas que están dispuestas a adquirir el producto o servicio.

2.4.4 Segmentación de mercado

“Como el mercado no es homogéneo, un trabajo clave consiste en identificar los submercados o segmentos de que se compone”. (LEMMAN, 2012)

Segmentar el mercado significa dividir al mercado por grupos, por gustos, edades, genero, tamaño, ingresos, entre otros.

2.4.5 Oferta

“La oferta está constituida por el conjunto de proveedores que existen en el mercado y constituye la competencia actual que debe enfrentar el producto o servicio, es importante identificar cuáles son los posibles sustitutos para poder comparar con la demanda”. (ETZEL, 2010, pág. 57)

La oferta no es más que los bienes y servicios disponibles en el mercado por parte de los productores en un tiempo y precio determinado.

2.4.6 Demanda.

”Demanda es la expresión de la forma en la cual la comunidad desea sus recursos. Con el objeto de satisfacer sus necesidades, buscando maximizar su utilidad, bienestar y satisfacción”. (ETZEL, 2010, pág. 57)

La demanda constituye uno de los aspectos centrales del estudio de factibilidad de un proyecto de inversión, en vista de que se debe tomar en cuenta la ocurrencia de los resultados del negocio que se va a implementar, con la aceptación del producto en el mercado.

2.4.7 Precio.

Según (ARMSTRONG, 2011). Es necesario considerar varios factores antes de establecer los precios.

- a) **Costos:** *Los precios deben cubrir los costos y permitir un margen de utilidad aceptable. Esto es aplicable tanto a empresas industriales, de servicios o que comercializan productos fabricados por terceros. Se deben tomar en cuenta la suma de los costos fijos y variables más un margen de ganancia.*
- b) **Precios de los competidores:** *El precio en relación a la competencia puede ser más alto o más bajo aun cuando se venda el mismo producto debido a una serie de factores. Puede ser que los costos sean mayores o menores que la competencia, porque los beneficios que se ofrecen al cliente (servicio, garantía, etc.) son distintos; los clientes pueden ser diferentes y estar dispuestos a pagar un mayor o menor precio según su poder adquisitivo.*
- c) **Percepción de los clientes:** *Existen productos que a mayor precio genera mayores ventas, puesto que los clientes piensan que la calidad y los precios van de la mano. Muchas veces ocurre que para algunos productos o servicios el precio alto está asociado con la calidad y se pueden aumentar los precios, mejorando la rentabilidad del negocio, pero sin defraudar al cliente. Esto ocurre generalmente con la ropa de vestir de marcas reconocidas*

El precio es un factor importante que debe ser analizado en los proyectos de inversión debido a que es el valor de los productos que la empresa va ofertar a los clientes o usuarios, el cual ellos deben cancelar, de esta manera el precio es el único factor que produce ingresos en una empresa.

2.5 Estudio técnico

Según (FRIEND & ZEHLE, 2010). Es la fase de factibilidad de u proyecto mediante la cual se determina el tamaño de la empresa, sus factores de localización macro y micro. Aquí se deberá determinar la ubicación más óptima que deberá tener el proyecto para lo cual se deberá analizar los factores de localización. Es importante considerar el método cualitativo por puntos para tener una ubicación sistemática y más apropiada del proyecto.

En esta fase del proyecto se analizará los factores locacionales para la macro localización y micro localización del proyecto, factores requeridos para su implantación. Así como se determinara el tamaño óptimo que se requiere en cuanto a capacidad instalada y capacidad operativa, indicadores que definirán los montos de inversión del proyecto.

2.5.1 Macro y micro localización.

Según (PUJOL, 2010). En esta parte del estudio técnico se determina la macro localización del proyecto es decir los factores más relevantes como: Servicios básicos, carreteras, otros servicios como: bomberos policías; así como la cercanía a materias primas que va utilizar el proyecto la presencia de mano de obra directa. La micro localización considera los factores de localización más específicos donde va a ser implementados los proyectos como terrenos su topografía y característica, su precio, la disponibilidad de mano de obra para el proyecto.

La macrolocalización tiene como propósito encontrar la ubicación más adecuada de un negocio, definiendo características físicas e indicadores socioeconómicos relevantes. La microlocalización selecciona y re limita las áreas donde se localizará y operará el proyecto dentro de la macro zona que se identificó en la macrolocalización.

2.5.2 Tamaño de la empresa.

Según (ETZEL, 2010). El tamaño de la empresa o del proyecto se determina en base a los siguientes indicadores:

- *Tecnologías y equipos*
- *Materias primas e insumos*
- *Disponibilidad de fuentes de financiamiento*
- *Sustentabilidad organizativa*

Es importante determinar el tamaño de la empresa en un proyecto porque se analiza distintos factores que le permiten expresar las magnitudes que tendrá la empresa en términos económicos, estructura y actividad de la misma.

2.5.3 Ingeniería del proyecto

Según (FRIEND & ZEHLE, 2010). La ingeniería del proyecto sustenta los procesos de producción, los diagramas que se implementara en la empresa para producir productos o bienes. En esta parte del proyecto se establece las necesidades de equipamiento, mobiliario, edificios y recurso humano con la finalidad de tener niveles operativos y administrativos óptimos que justifiquen la inversión.

La ingeniería del proyecto es una etapa en la cual se definen los recursos necesarios que requieren para poner en marcha un proyecto, como maquinaria y equipos para su funcionamiento, suministro de insumos y de productos, requerimiento del talento humano, infraestructura física entre otros factores que dan paso a la implementación de una empresa.

2.5.4 Diagrama de líneas de producción.

Según (FRIEND & ZEHLE, 2010). Descripciones graficas en la que se cita, detalladamente el desarrollo de la producción a través de cada sección de una planta fabril, incluyendo la ubicación, el espacio actual o el requerido, descripción y características del equipo principal, distancia hasta la próxima sección, necesidades de mano de obra y de servicios, las dimensiones de los cimientos y aparatos de montaje, así como las seguridades industriales físicas existentes o requeridas.

Los diagramas de líneas de producción son representaciones graficas en las cuales se presentan las actividades para la elaboración de los productos que se va ofertar a los clientes, con esta herramienta se puede establecer de mejor manera el requerimiento de maquinaria y talento humano necesario.

2.6 Evaluación económica

Según (BESLEY & BRIGHAM, 2010). En la evaluación económica se expresa los diferentes costos y gastos que asume el proyecto cuyos valores forman los balances, flujos de caja, estados de pérdidas y ganancias, flujos netos de efectivo, partidas expresadas en términos corrientes (cargos por depreciación, amortización, etc.) ingresos por concepto de ventas, rendimientos, costos de materiales, personal, servicios, mantenimiento, publicidad y otros. Con esta evaluación se busca pronosticar las partidas del balance de cada uno de los años proyectados de la empresa, como valor de las partidas de los activos y los pasivos.

Es importante realizar la evaluación económica de un proyecto con la finalidad de identificar los costos y gastos que se requieren para la operatividad del mismo, de esta manera se podrá determinar la factibilidad desde este punto de vista económico.

2.6.1 Proyección de ganancias y pérdidas

Según (ORTÍZ, 2013). La proyección de ganancias o pérdidas puede prepararse en forma mensual para el primer año de actividades y en forma anual para los dos años posteriores. Es importante acompañar la proyección con información adicional para explicar cómo se llegó a las cifras y el proceso que se utilizó.

Es importante realizar la proyección de ganancias y pérdidas en un proyecto con la finalidad de visualizar cifras en el futuro que le permitan sustentar la elaboración del mismo, explicando el proceso de cómo se realizó el cálculo.

2.6.2 Balance de comprobación

Según (BESLEY & BRIGHAM, 2010). El balance de comprobación presentara la información desde el 1 de enero hasta la fecha de corte y será preparado en el formato de 8 columnas que contendrá; el asiento de apertura, balance de flujo, balance de suma y balance de saldos.

El balance de comprobación es un resumen de los saldos de las cuentas del libro mayor, mismo que es importante realizarlo con la finalidad de establecer una igualdad entre el debe y el haber.

2.6.3 Estado de resultados

Según (DOUGLAS, 2010). El estado de resultados será preparado con los saldos de las cuentas de ingresos y gastos, según consta en el catálogo general de cuentas, determinado como resultados parciales los correspondientes a Operación, Transferencias Financieras y Otros ingresos y gastos, antes de obtener el resultado del ejercicio.

El estado de resultados es un instrumento que permite visualizar las utilidades retenidas o el de superávit al igual que la pérdida o déficit de una empresa, producto de las operaciones

financieras realizadas en un periodo determinado, generalmente en un año o ejercicio económico.

2.6.4 Estado de situación financiera

Según (DUANE, 2010). El estado de situación financiera será preparado con los saldos de las cuentas según la apertura constate en el catálogo general de cuentas, si hubiera más de una opción de agrupamiento para una misma cuenta, respecto al corto o largo plazo su saldo se desglosara en aquellas que correspondan a su naturaleza y característica.

En los activos y pasivos corrientes se informara la porción de corto plazo de las inversiones financieras y deuda pública, de acuerdo con los plazos su vencimiento de sus carteras considerando que el corto plazo es de un año desde la fecha de corte del estado, al largo plazo es cuando excede el tiempo antes señalado y se informaran en los Activos y Pasivos de largo Plazo.

2.6.5 Estado de flujo de efectivo

Según (Diccionario de Contabilidad y Finanzas., 2010). El Estado de Flujo de Efectivo se obtendrá aplicando el método directo, a partir de obtener las fuentes y uso de los flujos de créditos de las cuentas por Cobrar y los flujos de débitos de las Cuentas por Pagar, respectivamente y calculado separadamente el superávit o déficit corriente y de capital; de la sumatoria de los conceptos antes indicados se obtendrán el Superávit o Déficit Bruto.

La aplicación de Superávit o el financiamiento de Déficit Bruto, según corresponda, se determinaran sumando al superávit o Déficit de financiamiento, resultado de la diferencia entre las fuentes y usos de financiamiento y de las variaciones en los flujos financieros no presupuestarios.

2.6.6 Estado de ejecución presupuestaria

Según (GORDON, HILTON, & WELSCH, 2010). El estado de ejercicio presupuestario será preparado con los datos al nivel de grupos presupuestario, obteniendo la información de las cuentas por Cobrar y de las Cuentas por Pagar, según la naturaleza del ingreso o de gastos, respectivamente, las que deben conciliarse con los grupos correspondientes de las células presupuestarias.

La diferencia determinada en la ejecución, resultado de comprar las sumatorias de los ingresos y gastos, de denominar superávit o déficit presupuestario, según el caso.

2.7 Evaluación financiera

2.7.1 Valor presente neto (VPN).

“Valor Presente Neto es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a una tasa de interés a la inversión inicial descontada a la misma tasa de interés. La tasa de actualización será igual a la tasa de descuento o costo de oportunidad.” (FRIEND & ZEHLE, 2010, pág. 95)

Este indicador muestra el monto de beneficios reales que un proyecto aportaría al inversionista privado y considera el valor cronológico del dinero de inversión y de los ingresos que se obtendrá en su operatividad actualizada a una tasa contable o costo de oportunidad.

2.7.2 Tasa interna de retorno (TIR)

Según (BESLEY & BRIGHAM, 2010). El enfoque de la tasa interna de retorno del proyecto, como tiene patrones convencionales de flujos netos de efectivo, basados en los flujos de entradas (ventas) y flujos de salida (costos e impuestos) en los períodos proyectados (5 años) se tendrá un patrón convencional de comportamiento.

2.8 Punto de equilibrio

Según (Diccionario de Contabilidad y Finanzas., 2010). Es la interacción de las ventas totales con los costos totales, para esto la organización requiere un mínimo de ventas para poder cubrir los ingresos y gastos y no reportan ni pérdida ni ganancia.

El punto de equilibrio es un nivel de operaciones financieras de una empresa en el que no existen ni pérdidas ni ganancias, es el punto donde los ingresos se igualan a los egresos, proporciona datos para programaciones futuras, para incrementos o disminuciones en el nivel de actividades o de precios.

2.9 Estudio de impactos ambientales

2.9.1 Impactos ambientales

“Es cualquier cambio en el ambiente, adverso o benéfico, que resulte en el todo o en parte, por las actividades, productos o servicios de una organización. Impacto considerado como la alteración positiva y negativa de carácter significativo del Medio Ambiente por causas humanas”. (MIRANDA, 2010, pág. 199)

2.9.2 Impactos negativos.

Los impactos negativos de un proyecto normalmente son los que puede generar en relación a la alteración de factores básicos como el aire, el suelo, el agua, ruido, flora y fauna que existe en el radio de acción del proyecto.

2.9.3 Impactos positivos.

Los impactos positivos de un proyecto son todas aquellas variables e indicadores de orden económico, social, tecnológico, micro empresarial, de comercialización, cultural y otros que puede generar la operatividad de una empresa o de una unidad económica o social.

2.9.4 Normas de gestión ambiental.

Conocida por Norma ISO 14.000 de Gestión Universal que está estructurada y se integra con la totalidad de las actividades organizativas de un ente y dirigidas asegurar la continuidad en el proceso de mantenimiento y de perfeccionamiento del control del medio ambiente.

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. Introducción

Todo proyecto de factibilidad, de inversión tiene un componente principal de viabilidad que es el mercado, por lo que es importante realizar el estudio con la finalidad de determinar los productos sujetos al estudio, analizar la demanda, la oferta, la demanda insatisfecha, sus proyecciones, analizar los precios, la competencia y la comercialización.

El propósito del estudio de mercado es disponer de información técnica que permita identificar en forma sistémica y coherente las variables objeto del análisis de mercado.

3.2. Objetivos del estudio de mercado

3.2.1. Objetivo general

Realizar un estudio de mercado, con el objetivo de identificar la demanda, oferta, sus proyecciones, precio, demanda insatisfecha, mercado meta y estrategias de marketing.

3.2.2. Objetivos específicos

- Identificar la oferta de servicios de alimentación a las empresas florícolas localizadas en el cantón Cayambe.
- Establecer la demanda de servicios de alimentación que requieren las empresas florícolas localizadas en el cantón Cayambe.
- Determinar los indicadores de marketing mix que deberá tener la empresa de servicio de alimentación para las empresas florícolas localizadas en el cantón Cayambe.

3.3 Matriz diagnóstica del estudio de mercado

Cuadro N° 6

Matriz de variables de mercado

OBJETIVO	VARIABLE	INDICADORES	FUENTE DE INFORMACIÓN	TÉCNICA	POBLACIÓN OBJETO DE ESTUDIO
Identificar la oferta de servicios de alimentación a las empresas florícolas localizadas en el cantón Cayambe.	Oferta	Tiempo de servicio	Primaria	Encuesta	Personas naturales y jurídicas que brindan el servicio de alimentación a las empresas florícolas
		Número de empresas que comercializa servicio de alimentación	Primaria	Encuesta	Personas naturales y jurídicas que brindan el servicio de alimentación a las empresas florícolas
		Precio de comercialización	Primaria	Encuesta	Personas naturales y jurídicas que brindan el servicio de alimentación a las empresas florícolas
		Tipo de servicios de alimentación	Primaria	Encuesta	Personas naturales y jurídicas que brindan el servicio de alimentación a las empresas florícolas
		Forma de pago	Primaria	Encuesta	Personas naturales y jurídicas que brindan el servicio de alimentación a las empresas florícolas
Establecer la demanda de servicios de alimentación que requieren las empresas florícolas localizadas en el cantón Cayambe.	Demanda	Lugar de almuerzo	Primaria	Encuesta	Gerentes de las empresas florícolas del cantón Cayambe
		Contratación de servicios de alimentación	Primaria	Encuesta	Gerentes de las empresas florícolas del cantón Cayambe

		Posibilidad de contratación	Primaria	Encuesta	Gerentes de las empresas florícolas del cantón Cayambe
		Área de servicio de alimentación	Primaria	Encuesta	Gerentes de las empresas florícolas del cantón Cayambe
		Necesidad	Primaria	Encuesta	Gerentes de las empresas florícolas del cantón Cayambe
		Tipo de servicio	Primaria	Encuesta	Gerentes de las empresas florícolas del cantón Cayambe
		Forma de servicio de alimentación	Primaria	Encuesta	Gerentes de las empresas florícolas del cantón Cayambe
Determinar los indicadores de marketing mix que deberá tener la empresa de servicio de alimentación para las empresas florícolas localizadas en el cantón Cayambe.	Marketing mix	Precio	Primaria	Encuesta	Personas naturales y jurídicas que brindan el servicio de alimentación a las empresas florícolas
		Promoción	Primaria	Encuesta	Personas naturales y jurídicas que brindan el servicio de alimentación a las empresas florícolas
		Tipo de publicidad	Primaria	Encuesta	Personas naturales y jurídicas que brindan el servicio de alimentación a las empresas florícolas

Fuente: investigación directa.

Elaborado por: la autora

3.4. Identificación del producto.

El servicio de alimentación que ofertará la empresa corresponde a los almuerzos para los cinco días laborables que generalmente tienen las empresas florícolas y son los siguientes menús:

Cuadro N° 7

Servicio de alimentación

Día	Menú							
	Entrada	Sopa	Plato fuerte	Jugo	Postre			
Lunes	Una empanada de plátano	Legumbres	Seco de pollo	Guanábana	Piña en almíbar			
Martes	Plátano ceda	Sancocho de carne	Guatita	Mora	Manzana			
Miércoles	Chochos con tostado	Caldo de bola	Seco chivo	Naranja	Frutillas con crema			
Jueves	Pan de ajo	Caldo patas	de Chaulafan mixto	Tomate árbol	de Peras en almíbar			
Viernes	Empanada de verde	Crema champiñones	de Biche pescado	Papaya	Frutillas en almíbar			

Fuente: investigación directa
Elaborado por: la autora



3.5 Segmento del mercado

El mercado en el que se dirige el proyecto son el sector florícola representado por las 95 empresas florícolas localizadas en el cantón Cayambe, que es un segmento empresarial en el que trabajan alrededor de 150 personas en cada empresa con un total de 14.250 empleados que son el mercado potencial del proyecto.

3.6. Mercado meta

El mercado meta de la empresa de servicios de alimentación para las empresas florícolas son las 42 empresas que actualmente no disponen de este tipo de servicio de alimentación y que corresponden a 1'512.000 almuerzos en el año 2015.

3.7 Determinación de la población

La población sujeta al estudio de mercado son los 95 gerentes o directores administrativos de las empresas florícolas localizadas en el cantón Cayambe según el catastro de EXPOFLORES. La segunda población objeto de estudio son las 35 personas naturales y jurídicas que brindan servicio de alimentación a las empresas florícolas del cantón Cayambe, información obtenida de la Asociación de Floricultores de este cantón.

3.8 Cálculo de la muestra

El cálculo se expresa bajo la siguiente fórmula, para un nivel de confianza del 95%:

3.8.1. Fórmula de cálculo

Para el cálculo de la muestra se aplica la siguiente ecuación:

$$n \equiv \frac{PxQxN}{(N-1)(E^2 / K^2) + PxQ}$$

Donde:

n= Tamaño de la muestra

N= Población o Universo

P= Desviación típica de la población (0.5)

Q= Desviación típica de la población (0.5)

K= valor crítico, corresponde a un valor dado del Nivel de confianza (0.95% dos colas = 1.96)

e= Error la medida de la muestra. Nivel de error (5%; 0.05)

$$n = \frac{1.96^2 * 0.25 * 95}{(95 - 1)(0.05)^2 + (1.96^2 * 0.25)}$$

n = 76 gerentes

No se realizó el cálculo de la muestra para la población número dos que corresponde a las 35 personas naturales y jurídicas que brindan el servicio de alimentación a las empresas florícolas del cantón Cayambe, en vista de que no supera las 50 personas, por tal motivo se aplicó la técnica del censo.

3.9. Análisis e interpretación de los resultados de la encuesta

3.9.1. Análisis e interpretación de los resultados de la encuesta aplicada personas naturales y jurídicas que brindan el servicio de alimentación en las florícolas.

1. ¿Qué tiempo tiene usted de brindar servicios de alimentación a las empresas florícolas del cantón Cayambe?

Cuadro N° 8

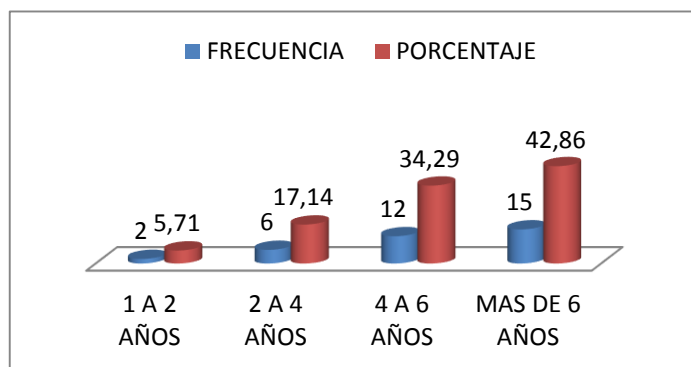
Tiempo de servicio

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 A 2 AÑOS	2	5,71
2 A 4 AÑOS	6	17,14
4 A 6 AÑOS	12	34,29
MAS DE 6 AÑOS	15	42,86
TOTAL	35	100

Fuente: encuestas (35 unidades de observación).
Elaborado por: La autora

Gráfico N° 2

Tiempo de servicio



Fuente: encuestas (35 unidades de observación).
Elaborado por: La autora

Análisis

De la encuesta aplicada a los proveedores del servicio de alimentación a las empresas florícolas, la mayoría sostienen que el tiempo de servicio que prestan a estas empresas es de más de 6 años, y otra parte de 4 a 6 años, entre los porcentajes más representativos.

2. ¿A qué número de empresas florícolas actualmente comercializa el servicio de alimentación (almuerzos)?

Cuadro N° 9

Número de empresas

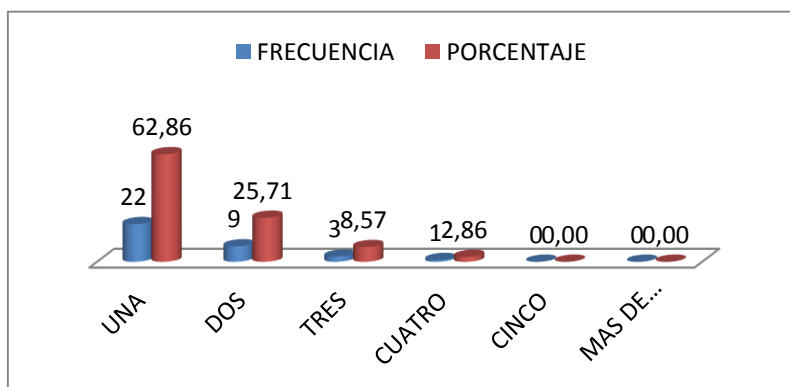
CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
UNA	22	62,86
DOS	9	25,71
TRES	3	8,57
CUATRO	1	2,86
CINCO	0	0,00
MAS DE CINCO	0	0,00
TOTAL	35	100

Fuente: encuestas (35 unidades de observación).

Elaborado por: La autora

Gráfico N° 3

Número de empresas



Fuente: encuestas (35 unidades de observación).

Elaborado por: La autora

Análisis

En relación al número de empresas florícolas que estas personas naturales y jurídicas prestan el servicio de alimentación, se determina que un porcentaje significativo ofertan este servicio a una empresa, otro porcentaje a dos empresas, lo que muestra una oportunidad para la empresa.

3. ¿Cuál es el precio promedio que actualmente tiene el servicio de almuerzo que usted entrega en las empresas florícolas?

Cuadro N° 10

Precio

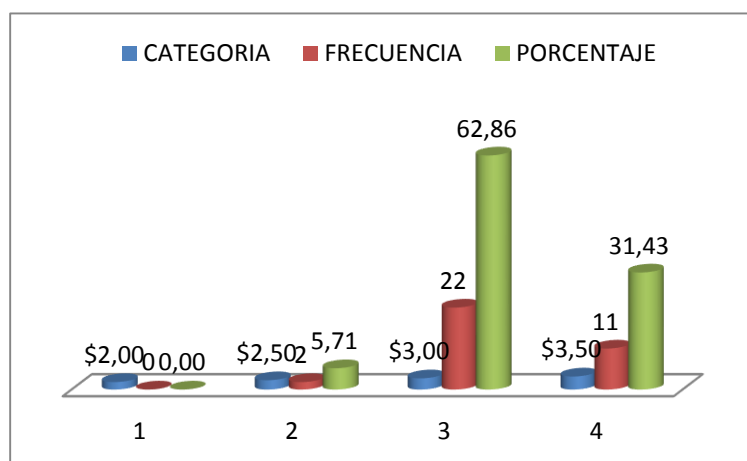
CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$ 2,00	0	0,00
\$ 2,50	2	5,71
\$ 3,00	22	62,86
\$ 3,50	11	31,43
TOTAL	35	100

Fuente: encuestas (35 unidades de observación).

Elaborado por: La autora

Gráfico N° 4

Precio



Fuente: encuestas (35 unidades de observación).

Elaborado por: La autora

Análisis

El precio del servicio de almuerzos que tienen estas empresas proveedoras a las empresas florícolas es de \$3.00, otra parte maneja el precio de \$3.50 entre las más representativas. Por lo que la empresa deberá tomar en cuenta esta información al momento de fijar el precio del servicio de alimentación.

4. ¿Qué tipo de servicios de alimentación actualmente oferta a las empresas florícolas?

Cuadro N° 11

Tipo de servicio

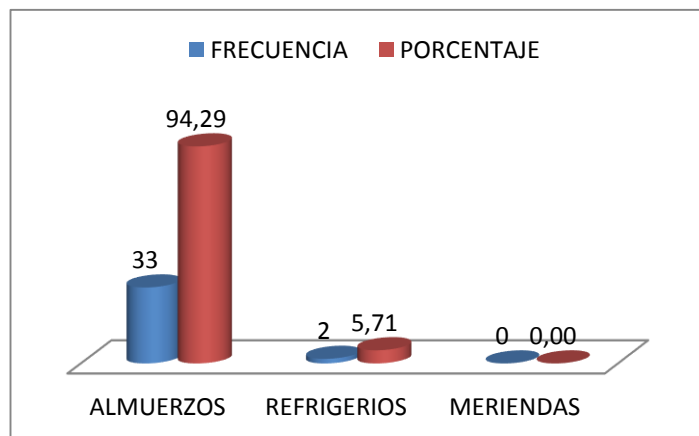
CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
ALMUERZOS	33	94,29
REFRIGERIOS	2	5,71
MERIENDAS	0	0,00
TOTAL	35	100

Fuente: encuestas (35 unidades de observación).

Elaborado por: La autora

Gráfico N° 5

Tipo de servicio



Fuente: encuestas (35 unidades de observación).

Elaborado por: La autora

Análisis

El tipo de servicio de alimentación que actualmente prestan estas empresas son en gran parte almuerzos, debido a que las florícolas requieren de este servicio por motivo de que los empleados no cuentan con tiempo suficiente como para salir a almorzar fuera de sus instalaciones.

5. ¿La forma de pago que recibe por el servicio de alimentación en las florícolas es en forma?:

Cuadro N° 12

Forma de pago

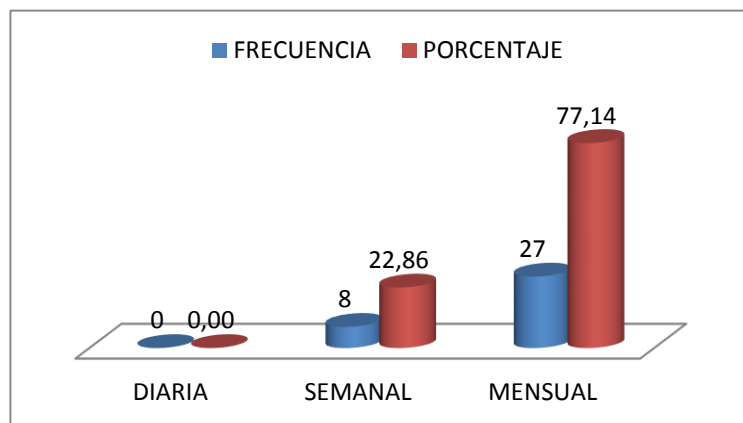
CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
DIARIA	0	0,00
SEMANAL	8	22,86
MENSUAL	27	77,14
TOTAL	35	100

Fuente: encuestas (35 unidades de observación).

Elaborado por: La autora

Gráfico N° 6

Forma de pago



Fuente: encuestas (35 unidades de observación).

Elaborado por: La autora

Análisis

La forma de pago que reciben estas empresas por el servicio de alimentación es de forma mensual, en vista de que es la mejor forma de pago tanto para la empresa florícola como para la persona natural o jurídica que presta este tipo de servicio.

3.9.2 Análisis e interpretación de los resultados de la encuesta aplicada a los gerentes de las empresas florícolas del cantón Cayambe.

1. ¿Los empleados de la empresa actualmente donde almuerzan?:

Cuadro N° 13

Lugar de almuerzo

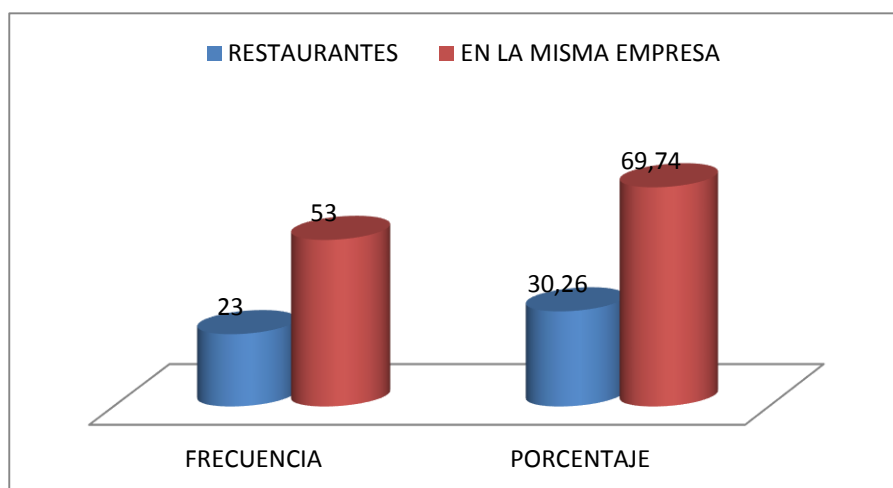
CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
RESTAURANTES	23	30,26
EN LA MISMA EMPRESA	53	69,74
TOTAL	76	100

Fuente: encuestas (76 unidades de observación).

Elaborado por: La autora

Gráfico N° 7

Lugar de almuerzo



Fuente: encuestas (76 unidades de observación).

Elaborado por: La autora

Análisis.

Gran parte de los gerentes encuestados de las empresas florícolas sostienen que su talento humano almuerza en la misma empresa, debido a que cuentan con las áreas necesarias para que su personal no tenga la necesidad de salir fuera de ella. Mientras que otros manifiestan que sus empleados almuerzan en restaurantes de la localidad.

2. ¿La empresa ha contratado servicios de alimentación para su personal?

Cuadro N° 14

Contratación

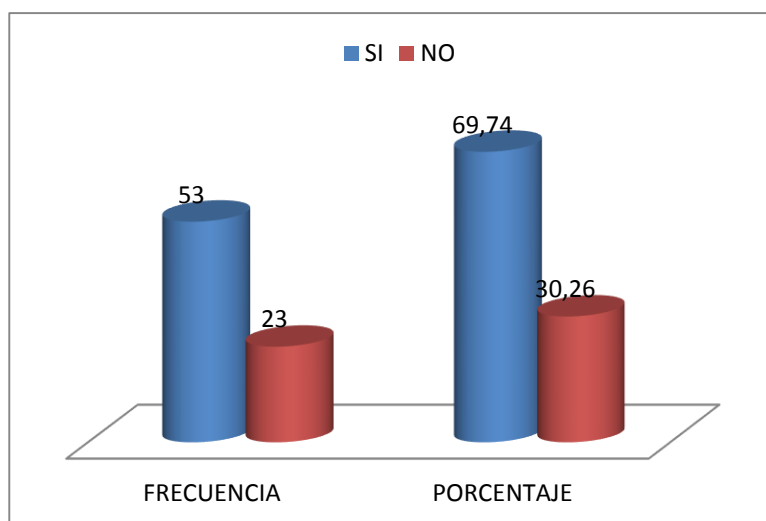
CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	53	69,74
NO	23	30,26
TOTAL	76	100

Fuente: encuestas (76 unidades de observación).

Elaborado por: La autora

Gráfico N° 8

Contratación



Fuente: encuestas (76 unidades de observación).

Elaborado por: La autora

Análisis:

Se determina que la mayoría de los encuestados afirman que si han contratado servicios de alimentación para sus trabajadores, con la finalidad de que estos no salgan de las instalaciones de la empresa, otra parte de los encuestados no han tenido la necesidad de contratar este tipo de servicio.

3. ¿Considera la posibilidad de contratar a una empresa que le brinde el servicio de alimentación en su propio local?

Cuadro N° 15

Posibilidad de contratación

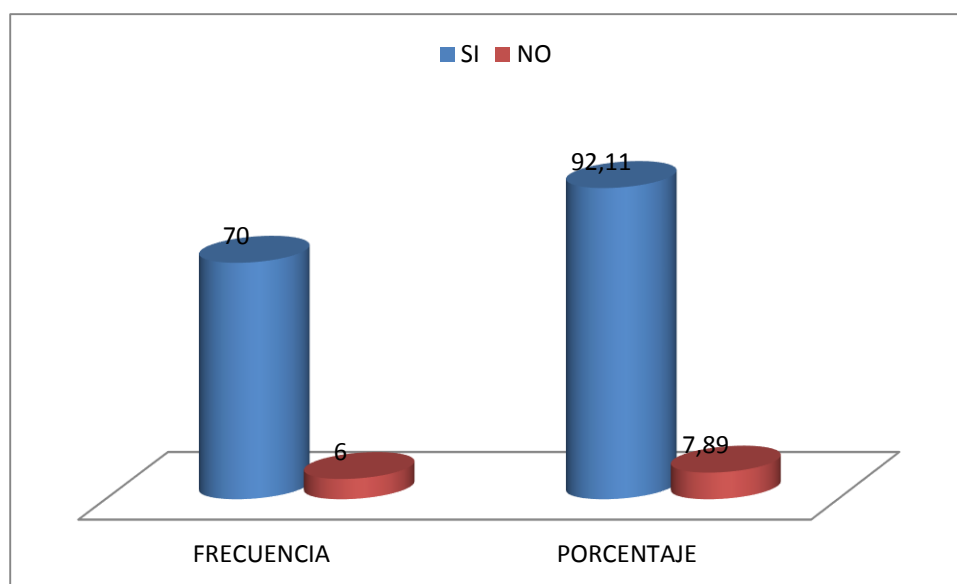
CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	70	92,11
NO	6	7,89
TOTAL	76	100

Fuente: encuestas (76 unidades de observación).

Elaborado por: La autora

Gráfico N° 9

Posibilidad de contratación



Fuente: encuestas (76 unidades de observación).

Elaborado por: La autora

Análisis:

Un gran porcentaje de los encuestados si consideran la posibilidad de contratar el servicio de alimentación para su talento humano, ya que consideran que es importante que se optimice tiempos y que ellos puedan alimentarse en la misma empresa.

4. ¿La empresa dispone de áreas para el servicio de alimentación de su personal?

Cuadro N° 16

Área de servicio de alimentación

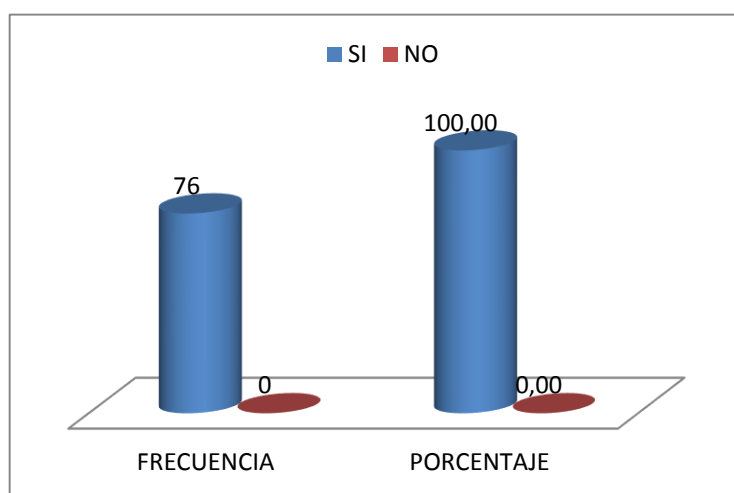
CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	76	100,00
NO	0	0,00
TOTAL	76	100

Fuente: encuestas (76 unidades de observación).

Elaborado por: La autora

Gráfico N° 10

Área de servicio de alimentación



Fuente: encuestas (76 unidades de observación).

Elaborado por: La autora

Análisis:

El total de las empresas si disponen de un área adecuada donde el talento humano pueda alimentarse, ya que es un requisito para el funcionamiento de las empresas florícolas, el contar con un área apropiada para este tipo de servicio.

5. ¿Es necesario desde el punto de vista administrativo, operativo para la empresa disponer del servicio de alimentación en su mismo local?

Cuadro N° 17

Necesidad

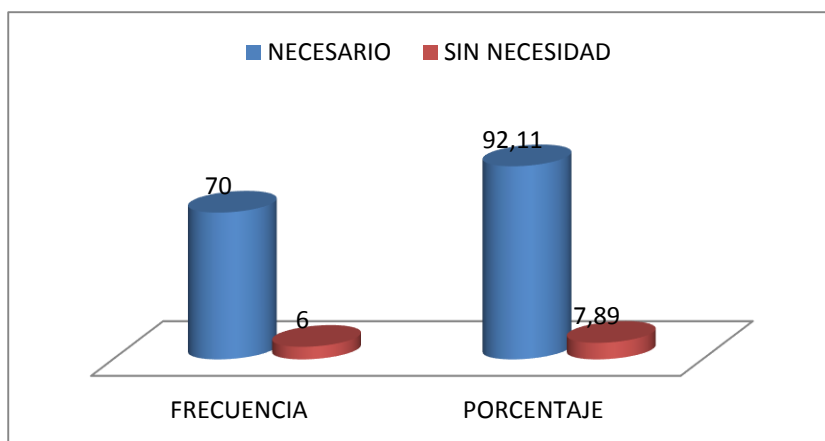
CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
NECESARIO	70	92,11
SIN NECESIDAD	6	7,89
TOTAL	76	100

Fuente: encuestas (76 unidades de observación).

Elaborado por: La autora

Gráfico N° 11

Necesidad



Fuente: encuestas (76 unidades de observación).

Elaborado por: La autora

Análisis:

La mayoría de los encuestados consideran necesario contar con el servicio de alimentación a domicilio, es decir en las instalaciones de la empresa, para que el personal tenga el tiempo suficiente para hacer uso de su hora de almuerzo y no tengan que salir ya que muchas veces no llegan a tiempo a su puesto de trabajo.

6. ¿Qué tipo de servicio de alimentación requiere su empresa para su personal?

Cuadro N° 18

Tipo de servicio

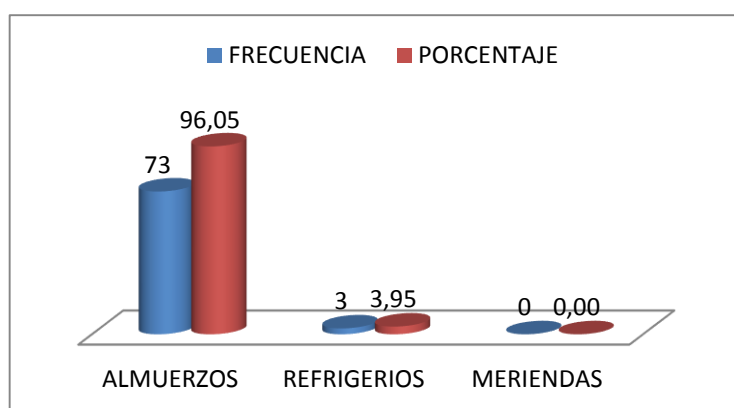
CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
ALMUERZOS	73	96,05
REFRIGERIOS	3	3,95
MERIENDAS	0	0,00
TOTAL	76	100

Fuente: encuestas (76 unidades de observación).

Elaborado por: La autora

Gráfico N° 12

Tipo de servicio



Fuente: encuestas (76 unidades de observación).

Elaborado por: La autora

Análisis:

El tipo de servicio de alimentación que requieren los gerentes para sus empleados es el de los almuerzos, con la finalidad de que el personal haga un buen uso de la hora de almuerzo que dispone, sin la necesidad de salir de las instalaciones de la empresa, otra parte consideran necesario el servicio de refrigerios, ya que una parte de su talento humano muchas no han desayunado.

7. ¿El servicio de alimentación para su personal le gustaría que sea?

Cuadro N° 19

Forma de servicio de alimentación

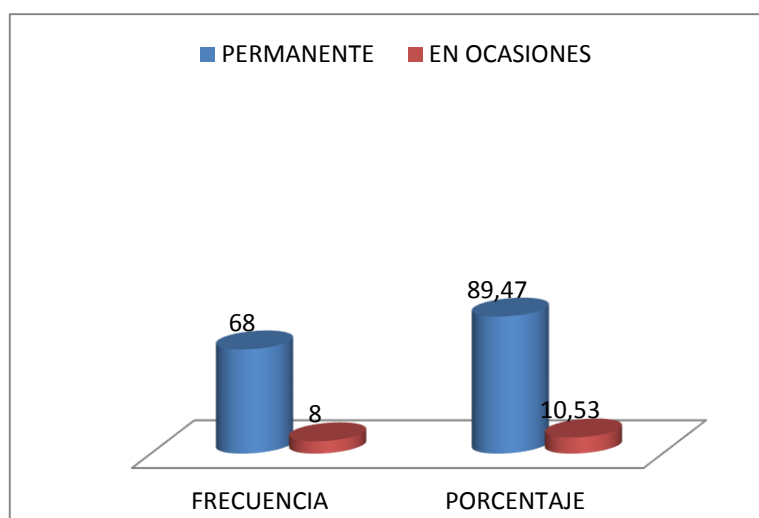
CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
PERMANENTE	68	89,47
EN OCASIONES	8	10,53
TOTAL	76	100

Fuente: encuestas (76 unidades de observación).

Elaborado por: La autora

Gráfico N° 13

Forma de servicio de alimentación



Fuente: encuestas (76 unidades de observación).

Elaborado por: La autora

Análisis:

Gran parte de los encuestados requieren que el servicio de alimentación sea de forma permanente, para tener un proveedor fijo que se comprometa a que este servicio llegue a tiempo a sus empresas y de esta manera su talento humano no pierda tiempo y se encuentre satisfecho con este tipo de servicio.

3.10 Identificación y análisis de la demanda

Para determinar la demanda de servicios de alimentación de las florícolas, específicamente de almuerzos se considera a las 95 empresas florícolas que se localizan en el cantón Cayambe, estas empresas tienen un promedio de 150 empleados, por lo que la demanda actual es de 14.250 almuerzos diarios, 285.000 almuerzos mensuales y 3'420.000 almuerzos anuales.

3.10.1 Proyección de la demanda

Para proyectar la demanda se considera la misma tasa de crecimiento de la oferta, en relación al crecimiento del talento humano de las empresas florícolas que es del 5% anual, para hacer la proyección se aplicó la siguiente ecuación:

$$M_n = M_o (1 + t)^n$$

Donde:

M_n = Demanda futura

M_o = Demanda actual (año 2014).

n = años proyectados.

1 = constante.

t = Tasa de crecimiento histórica

$$M_n = 3'420.000 * 1.05 = 3'591.000$$

$$M_n = 3'591.000 * 1.05 = 3'770.550$$

$$M_n = 3'770.550 * 1.05 = 3'959.077$$

$$Mn = 3'959.077 * 1.05 = 4'157.031$$

$$Mn = 4'157.031 * 1.05 = 4'364.882$$

Cuadro N° 20

Proyección de la demanda

Proyección de la demanda en número de almuerzos	
Años	$Mn = Mo(1+0.05)^n$
2015	3'591.000
2016	3'770.550
2017	3'959.077
2018	4'157.031
2019	4'364.882

Elaborado por: la autora

La demanda proyectada de almuerzos que requieren las empresas florícolas localizadas en el cantón Cayambe son para el año 2015 de 3'591.000 y para el año 2019 de 4'364.882 almuerzos.

3.11 Identificación y análisis de la oferta

Al analizar la oferta de las personas naturales y jurídicas que brindan servicios de alimentación a las empresas florícolas se determina que son 35, dato obtenido de EXPOFLORES.

3.11.1 Oferta actual

Para el cálculo de la oferta actual se tomó en cuenta la pregunta 2 de la encuesta aplicada a las 35 personas naturales y jurídicas que brindan el servicio de alimentación a las empresas florícolas del cantón Cayambe, siendo la siguiente:

Cuadro N° 21**Oferta actual**

Número de empresas florícolas atendidas	Número de empresas brindan servicio alimentación	de que el promedio de por empresa	Almuerzos / día	Almuerzos /Mes (20 días laborales)	Almuerzos / Año
1	22	150	3.300	66.000	792.000
2	9	150	2.700	54.000	648.000
3	3	150	1.350	27.000	324.000
4	1	150	600	12.000	144.000
Total	35				1'908.000

Fuente: investigación directa.

Elaborado por: la autora

La oferta actual está determinada por 35 unidades económicas que prestan servicios de alimentación a 53 empresas florícolas que si adquieren este servicio para su talento humano de acuerdo a la pregunta 2 aplicada a los gerentes de las mismas, de las cuales 22 empresas prestan este servicio a una empresa, 9 a dos empresas florícolas, 3 a tres empresas y una a 4 empresas florícolas. El promedio de personal que tienen las florícolas es de 150 personas, determinándose de esta forma una oferta actual de 1'908.000 almuerzos en el año 2014.

3.11.2 Proyección de la oferta

Para proyectar la oferta del número de almuerzos anuales se considera el año base que es 2014 y se realiza una proyección a una tasa del 5% de incremento de talento humano que tienen las empresas florícolas, según las necesidades especialmente en época de cosecha, para su cálculo se aplicó la siguiente fórmula:

$$Mn = Mo (1 + t)^n$$

Donde:

M_n = Oferta futura

M_o = Oferta actual (año 2014).

n = años proyectados.

1 = constante.

t = Tasa de crecimiento histórica

$$M_n = 1'908.000 * 1.05 = 2'003.400$$

$$M_n = 2'003.400 * 1.05 = 2'103.570$$

$$M_n = 2'103.570 * 1.05 = 2'208.749$$

$$M_n = 2'208.749 * 1.05 = 2'319.186$$

$$M_n = 2'319.186 * 1.05 = 2'435.145$$

Cuadro N° 22

Proyección de la oferta

Proyección de la oferta en número de almuerzos	
Años	$M_n = M_o(1+0.05)^n$
2015	2'003.400
2016	2'103.570
2017	2'208.749
2018	2'319.186
2019	2'435.145

Elaborado por: la autora

Con esta tasa de crecimiento del talento humano que tienen las empresas florícolas, se establece que en el año 2015 la oferta de almuerzos es de 2'003.400 y para los años siguientes corresponden a los datos que señala el cuadro.

3.12 Demanda insatisfecha

Una vez que se determina la oferta y demanda proyectada, se procede a realizar el balance oferta – demanda de los servicios de almuerzos de las empresas florícolas del cantón Cayambe.

Cuadro N° 23

Balance oferta – demanda

Año	Oferta (No. almuerzos)	de Demanda (No. almuerzos)	Demanda insatisfecha
2015	2'003.400	3'591.000	1'587.600
2016	2'103.570	3'770.550	1'666.980
2017	2'208.749	3'959.077	1'750.328
2018	2'319.186	4'157.031	1'837.845
2019	2'435.145	4'364.882	1'929.737

Fuente: Proyección Oferta – Demanda 2015-2019.

Elaborado por: la autora

Del balance oferta – demanda se determina una demanda insatisfecha de 1'587.600 almuerzos para al año 2015.

3.12.1. Participación del proyecto

De la demanda insatisfecha que es de 1'587.600 en el año 2015, la empresa pretende captar el 6.80% que corresponde a 108.000 almuerzos anuales que significa 9.000 almuerzos mensuales, 450 diarios, es decir que se estaría dando alimentación a tres empresas que es un rango aceptable de operatividad de la empresa, considerando las inversiones y las posibilidades de mercado que tiene.

Cuadro N° 24**Participación del proyecto**

Demanda insatisfecha	Porcentaje de participación	Cantidad de almuerzos / año
1'587.600	6.80	108.000
1'666.980	6.48	108.000
1'750.328	6.17	108.000
1'837.845	5.88	108.000
1'929.737	5.59	108.000

Elaborado por: la autora

3.13 Análisis de precios

Para fijar el precio de venta de los almuerzos se determinará en relación a los costos unitarios que son necesarios para la elaboración de los almuerzos que producirá la empresa de servicio de alimentación, de forma que permita cubrir los costos y generar una rentabilidad que sustente la inversión del proyecto.

$$Pr = Ct_{\text{unitario}} + MR\%$$

$$Pr = \$ 158.734.79 / 108.000 = \$ 1.46 \text{ costo unitario}$$

$$Pr = 1.46 + MR\% (0.54) = 54,10\%$$

$$Pr: 1.46 + 0.79$$

$$Pr = 2,25$$

Cuadro N° 25**Análisis de precios**

Años	Productos	Unidad	Precio
1	Almuerzos	U	2.25
2	Almuerzos	U	2.33
3	Almuerzos	U	2.42
4	Almuerzos	U	2.51
5	Almuerzos	U	2.60

3.14 Análisis de la competencia

Los competidores del proyecto son los 35 microempresarios representados por personas naturales, pequeños restaurantes, cafeterías y otras que ofertan servicios de alimentación a las empresas florícolas del cantón Cayambe.

Cuadro N° 26**Proveedores del servicio de alimentación a las empresas florícolas del cantón Cayambe.****No. Nombre**

1	Sr. Willan Abalco
2	Sra. Luisa Chicaiza
3	Sra. Dolores Hidalgo
4	Sra. Teresa Cadena
5	Sra. Ruth Andrade
6	Sra. Paola Torres
7	Sra. Ximena Almeida
8	Sra. Doris Baroja
9	Sr. Edgar Esparza
10	Sra. Andrea León
11	Sra. Betty Suárez
12	Sra. Blanca Chico
13	Sra. Mónica Simbaña
14	Sr. Pablo Borja
15	Sr. Diego Cadena

16	Sr. Edgar Portilla
17	Sra. Violeta Jiménez
18	Sr. Galo Rodríguez
19	Sr. Francisco Toapanta
20	Sra. Martha Fernández
21	Sra. Carmen Pancha
22	Sra. María Chicaiza
23	Sra. Dolores Manangon
24	Sra. Martha Coyago
25	Sr. Pablo Torres
26	Sr. Juan Pozo
27	Restaurante el Rosal
28	Restaurante Los Andes
29	Restaurante Nelson Rivas
30	Restaurante El Puento Roto
31	Restaurante El Dorado
32	Restaurante Bucanero
33	Restaurante Casa de Fernando
34	Cabañas de Nápoles
35	Restaurante su casa

Fuente: investigación directa

Elaborado por: la autora

3.15 Comercialización

Para la comercialización de los servicios de alimentación el proyecto estructura las siguientes estrategias de marketing mix que sustente la viabilidad desde el punto de vista de mercado, con la finalidad de lograr un posicionamiento efectivo y eficaz para la comercialización:

1. Determinar el mercado, la competencia, con la finalidad de definir y fortalecer la imagen corporativa de la empresa.

2. Evaluar los servicios de alimentación de la competencia, políticas de precios que ofertan a los clientes.
3. Definir los nichos de mercado potenciales
4. Establecer los recursos de comunicación, de forma que se llegue en forma óptima al mercado objetivo.
5. Desarrollar estrategias de publicidad, para impulsar el posicionamiento de la empresa
6. Fijar una política de precio justo y de nivel competitivo, con márgenes de rentabilidad apropiados
7. Hacer evaluaciones de los niveles de satisfacción de sus clientes.

3.15.1. Estrategia de promoción

La empresa promocionará sus servicios de alimentación y su imagen ante el mercado para cual tendrá que realizar trípticos, con información destacada para proceder a visitar y entregar en las empresas florícolas. Se deberán aplicar políticas de comunicación de realización de campañas concretas de publicidad definiendo el objetivo del porcentaje de la inversión en publicidad sobre el total del mercado. Definir la cobertura de la campaña y el número de impactos publicitarios que se deberán realizar. La estrategia de comunicación deberá tener en cuenta los medios. Televisión, radio prensa, revistas especializadas o sectoriales y de mayor circulación de la ciudad, considerando el análisis de estacionalidad o periodos del año.

La estrategia de promoción de la empresa se realizará considerando estrategias como:

- Publicidad por medio de trípticos que serán entregados a los gerentes de las empresas florícolas
- Atención personalizada en las empresas florícolas

- Promoción de ventas aplicando el criterio de fechas conmemorativas como temporada de navidad con un descuento del 5%
- Mantener óptimas relaciones públicas con los gerentes de las empresas florícolas
- Realizar promociones a través de dípticos a empresas florícolas potenciales que pueden ser consideradas como mercado meta.
- Entregar descuentos, agregados y premios a sus clientes fieles (empresas florícolas)

3.15.2. Estrategias de producto

Ofertar servicios de alimentación diferenciados en torno a calidad, personal capacitado, que cubra las necesidades del mercado. Es importante que la empresa constantemente disponga de diversas informaciones sobre sus servicios que permitan a sus clientes saber exactamente que está contratando y comparar con otros servicios de alimentación que ofertan en las empresas. Además se podrá comprobar lo que otros clientes piensan sobre los servicios y dejar grabado sus expectativas y opiniones. Todo esto garantizara una mayor comodidad y seguridad en la contratación de servicios de alimentación que aprecie esta definición. La estrategia del producto optimizara la innovación defensiva propia de la empresa liderando tecnologías y siendo pioneros en el mercado.

Las estrategias de producto serán:

- Variedad de menús
- Calidad en los productos en cuanto a la presentación, sabor, uso adecuado de insumos
- Diseñar menús de acuerdo a las necesidades de sus clientes y tendencias del mercado
- Garantía y seguridad alimentaria de los platos gastronómicos
- Considerar las proporciones adecuadas de los menús
- Ofrecer productos frescos y saludables

3.15.3. Estrategias de plaza

La empresa deberá definir los canales de venta de sus servicios de alimentación para llegar al mercado como realizar visitas para ofertar los servicios en las empresas florícolas donde actualmente no disponen de este tipo de alimentación, llegando al máximo número de clientes posibles. Para esto será necesario que los servicios tengan precios competitivos que favorezca la buena aceptación.

- Mantener los canales de entrega del producto de acuerdo a los horarios mantenidos
- Cumplir con las coberturas de entrega de los productos gastronómicos en las empresas florícolas de acuerdo a los contratos establecidos
- Establecer inventarios de insumos de acuerdo a los contratos establecidos
- Distribución optima de los espacios en los espacios acordados por las empresas para dotar de la alimentación a los empleados.
- La decoración del área (lencería en general) donde la empresa asigne para la alimentación

3.15.4. Estrategias de precio

En cuanto al precio se aplicara la política de precios que incluirá la política de pago de los clientes como en efectivo, tarjeta transferencias cheque, como resultado de las encuestas aplicadas del estudio de mercado y que vaya ligado a la calidad de los servicios. Los precios de los servicios será lo más importante para empresa que permitirán a los clientes satisfacer sus necesidades y expectativas en torno al precio.

- Se aplicará un liderazgo en costos para mantener precios competitivos
- Establecer condiciones de pago a crédito para clientes fijos de acuerdo a la política de la empresa
- Definir los costos directos con la finalidad de estandarizar y controlar

- En temporadas del año como navidad, bajar el costo de los productos en un 5%.

3.16 Conclusiones del estudio

- Del análisis de la oferta se determina que existen 35 personas naturales y jurídicas que ofertan servicios de alimentación a las empresas florícolas del cantón Cayambe de las cuales 22 empresas ofertan este tipo de servicios a una empresa florícola, 9 a dos empresas florícolas, 3 a tres empresas y 1 a cuatro empresas florícolas.
- Del balance oferta demanda se identifica una demanda insatisfecha de 1'587.600 almuerzos para el año 2015.
- La participación del proyecto en relación a la demanda insatisfecha es del 6.80% que corresponde a 108.000 almuerzos anuales que significa 9.000 almuerzos mensuales, 450 diarios, lo que significa que se brindará este servicio a tres empresas florícolas.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1. Introducción

El estudio técnico tiene como finalidad analizar dos componentes: el primero referente a la localización del proyecto (macro y microlocalización) y el segundo en lo pertinente a la ingeniería con el objetivo de establecer el diseño de instalaciones, flujogramas de procesos, presupuesto técnico, los gastos administrativos, ventas, la inversión total del proyecto y el financiamiento del mismo.

4.2 Objetivo general del estudio técnico

Realizar el estudio técnico para definir la localización óptima del proyecto, el diseño de sus instalaciones, su tamaño, el presupuesto técnico, la inversión y el financiamiento.

4.3 Localización del proyecto

La empresa proveedora de alimentación para las empresas florícolas se localizará en la provincia de Pichincha, cantón Cayambe, ciudad del mismo nombre.

Mapa N° 1

Macrolocalización del proyecto



Fuente: Investigación directa
Elaboración: La autora

4.4 Servicios básicos y comunicación

Para la localización del proyecto se requiere de servicios básicos, vías de comunicación y otros factores que a continuación se analiza:

- **Servicios básicos.**

Es importante para la macrolocalización de la empresa de servicios de alimentación disponer de los de servicios básicos y de infraestructura, como energía eléctrica, agua potable, sistema de alcantarillado vías de acceso, servicio de telefonía, para operar en forma racional y técnica.

- **Sector estratégico**

La empresa de servicios de alimentación por ser su mercado meta las empresas florícolas del cantón Cayambe la ubicación es en esta ciudad como un sitio más cercano estratégico para los recorridos de las entregas de los almuerzos a estas empresas florícolas en vista de que las mismas se localizan el sector rural del cantón

- **Vías de comunicación**

Para la ubicación del proyecto es importante que existe vías de comunicación que es una fuerza locacional importante para que se minimice los costos de transporte del ingreso de las materias primas a la empresa y de la salida de los productos terminados.

4.5 Ubicación de la empresa

Para establecer la ubicación específica de la empresa proveedora de alimentos a las empresas florícolas de Cayambe se escogieron tres sitios tentativos de microlocalización como son

- a) Sector Nápoles
- b) Sector del barrio Florida dos
- c) Sector del Redondel

El sistema de evaluación usado es el método cualitativo por puntos mediante el cual permite ubicar los factores más relevantes de localización como son

- a. Aspectos legales de ubicación
- b. Cercanía al mercado
- c. Tamaño y dimensión del local
- d. Sector estratégico
- e. Servicios básicos (agua, luz)

A estos factores de localización se les asigno valores ponderados de peso relativo de acuerdo con la importancia que tienen para microlocalización, luego a estos factores se les califica con una escala del 1 al 10 en relación a los sectores predeterminados, con estos

resultados de la multiplicación del peso y la calificación asignada se obtiene la calificación ponderada de cada uno de ellos, obteniéndose la calificación que muestra la siguiente matriz:

Cuadro N° 27

Método por puntos

FACTOR RELEVANTE	PESO	Nápoles		Florida dos		Sector del Redondel	
		Calf.	Calf.	Calf.	Calf.	Calf.	Calf.
		Pond.	Pond.	Pond.	Pond.	Pond.	Pond.
Aspectos legales de ubicación	0,20	9	1,80	8	1,60	7	1,40
Cercanía al mercado	0,20	9	1,80	7	1,80	6	1,20
Tamaño y dimensiones del local	0,10	8	0,8	6	0,60	6	0,6
Sector estratégico	0,20	8	1,60	6	1,20	7	1,40
Vías de Acceso	0,20	9	1,80	7	1,40	7	1,40
Servicios básicos	0,10	9	0,90	8	0,80	8	0,80
TOTAL	1,00		8,70		7,40		6,80

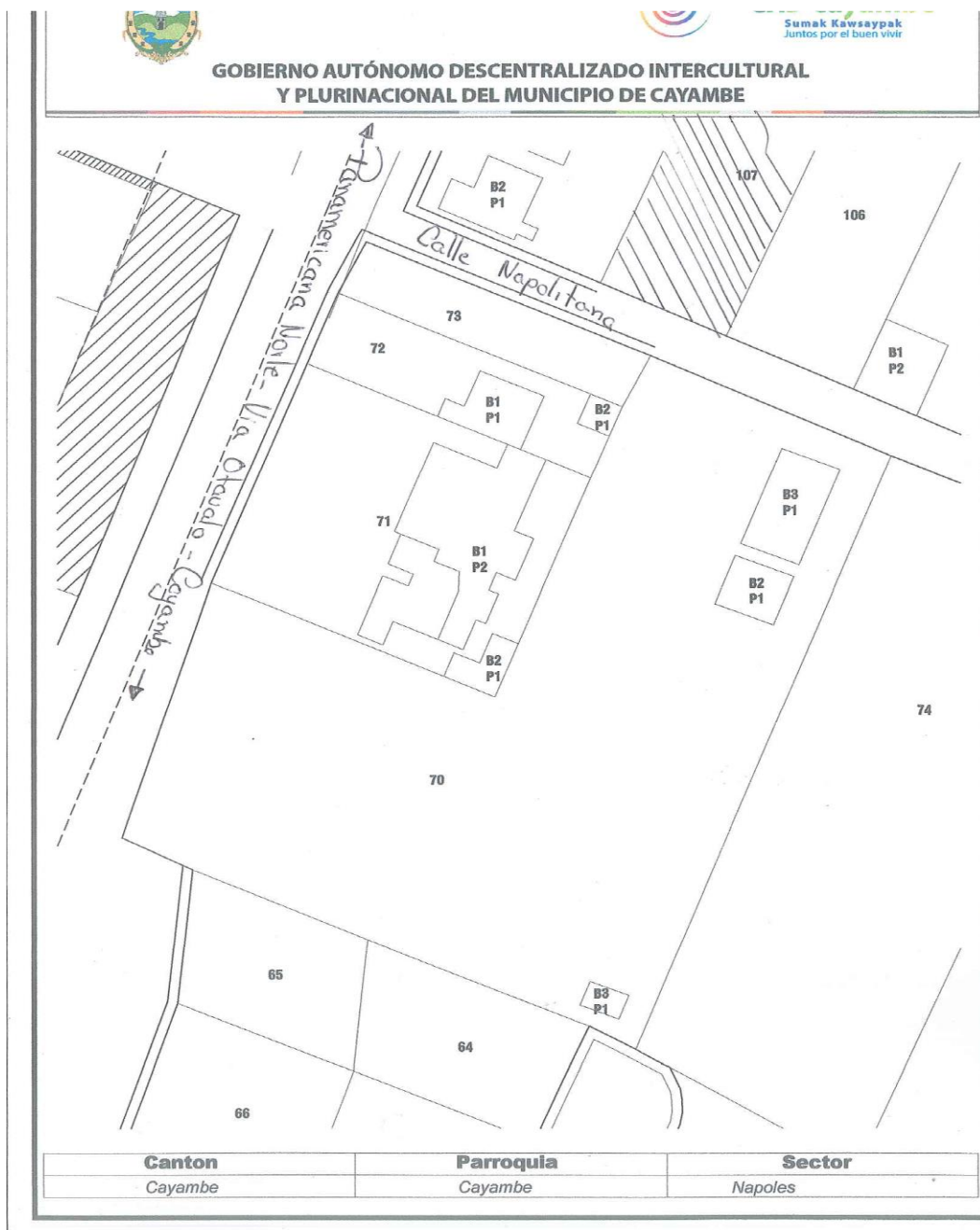
Fuente: Investigación directa

Elaborado: La autora

De la matriz de valoración por puntos se establece que la mayor puntuación es para el barrio Nápoles con 8,70 puntos, que es la primera opción de la microlocalización de la empresa.

Mapa N° 2

Ubicación de la empresa

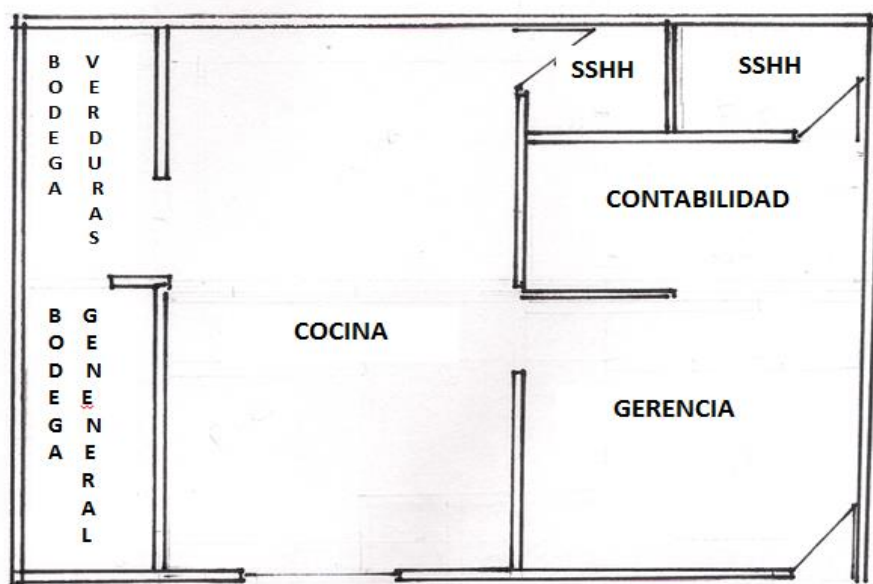


4.6 Diseño e instalaciones

La infraestructura física de espacios que se requiere para el funcionamiento de la empresa proveedora de almuerzos es la siguiente:

Cuadro N° 28**Áreas requeridas para el funcionamiento de la empresa**

Secciones		Áreas en m ²
1.	Operativa	
1.1	Cocina	40.00
1.2	Bodega general	10.00
1.3	Bodega de verduras y carnes en general	10.00
1.4	batería sanitaria	9.00
1.5	Sitio de despacho	8, 00
SUB TOTAL		67.00
2.	administración - ventas	
2.1	Gerencia	20.00
2.2	Contabilidad	15,00
SUBTOTAL		35.00
ÁREA TOTAL		102.00

Mapa N° 3**Diseño arquitectónico de la empresa de servicio de alimentación para empresas florícolas.**

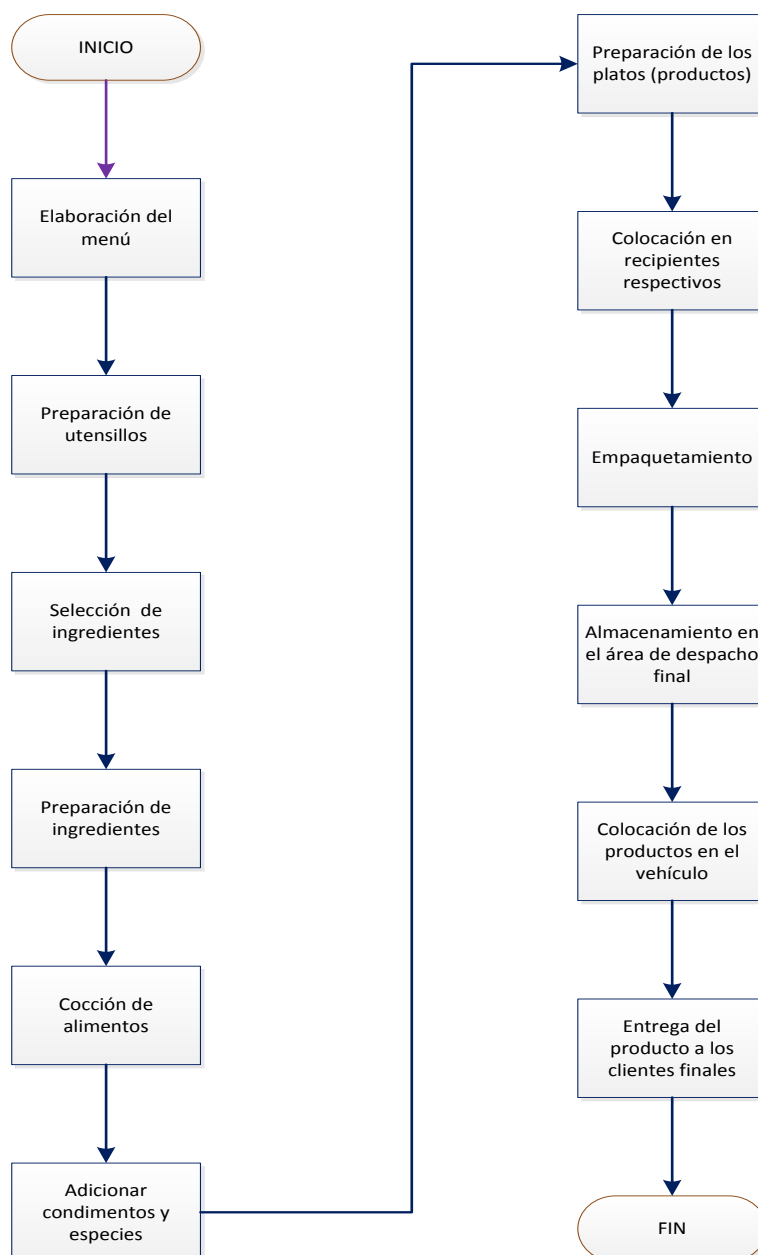
Elaborado por: Arq. Marcelo Jiménez

4.7 Flujoograma del proceso

El flujoograma de las actividades que son necesarias para la elaboración de los productos gastronómicos de la empresa proveedora de servicios de alimentación a las empresas florícolas es el siguiente:

Gráfico N° 14

Elaboración de productos gastronómicos



Fuente: Investigación Directa.
Elaborado: La autora

4.8 Tamaño del proyecto

Para determinar el tamaño de la microempresa de servicios de alimentación se procedió al análisis de los factores en relación a la demanda, disponibilidad de materias primas, la tecnología y equipos, las fuentes de financiamiento y la organización.

4.8.1 Tamaño del proyecto en relación a la demanda

De los resultados del estudio de mercado se establece que en la actualidad existe una demanda insatisfecha de 1'587.600 almuerzos de las empresas florícolas de Cayambe , demanda insatisfecha que genera una oportunidad para la creación de la microempresa para colocar 108.000 almuerzos anuales para el año 2015 en estas empresas florícolas, captando el 6.80% de esa demanda insatisfecha, lo que significa que la empresa tendrá una capacidad operativa de 450 almuerzos diarios que equivale a 9000 almuerzos mensuales.

4.8.2 Tamaño del proyecto y disponibilidad de materia prima o insumos

La disponibilidad de materias primas e insumos para esta actividad económica como abastos en general, carnes, embutidos, y otros insumos se podrá adquirir en los diferentes supermercados localizados en la ciudad de Cayambe, en lo pertinente a verduras y frutas existe oferta en el mercado central de la ciudad y otras tiendas de verduras

4.8.3 Tamaño del proyecto en relación a la tecnología

Para el funcionamiento de la microempresa proveedora de alimentación se requiere básicamente de equipos de cocina de tipo industrial, congeladora, refrigeradora, licuadora, extractor de jugos y herramienta menor de cocina para realizar las actividades operativas de preparación de los almuerzos que es la meta de la empresa desde el punto de vista operativo. La tecnología que se aplica es la de tipo convencional con actividades coordinadas para la

preparación de los alimentos del día sustentado en las normas y principios de la gastronomía saludable, cumpliendo con las normativas de seguridad alimentaria a través de la aplicación de buenas prácticas de manufactura ajustado a parámetros estandarizados de calidad en la preparación de los menús.

4.8.4 Tamaño del proyecto y financiamiento

Para la creación de la empresa proveedora de alimentos para las empresas florícolas es necesario fuentes de financiamiento a través de recursos propios con un 30% y mediante un crédito a través del Banco Nacional de Fomento el restante 70% y cubrir los techos presupuestarios de las inversiones fijas y capital de trabajo inicial que se requiere para su implementación, la actual tasa referencia de este banco es del 10%.

4.8.5 Tamaño del proyecto y la organización

La parte organizacional es fundamental para el funcionamiento de la empresa de forma que permita una administración eficiente y eficaz, cubrir las necesidades económicas financieras y generar márgenes de rentabilidad que viabilicen la inversión que requiere para el proyecto y que pueda generar productos gastronómicos a precios competitivos.

4.8.7 Capacidad instalada

Definidos los factores del tamaño de la empresa se establece que la capacidad instalada que debe tener la misma es de 550 almuerzos diarios, que significa una capacidad teórica de 11000 almuerzos mensuales teniendo como rendimiento de personal de dos cocineros más dos ayudantes de cocina para esta capacidad instalada

4.8.8 Capacidad operativa

La capacidad operativa usando el 81,18% de la capacidad instalada obtenida del análisis de la demanda insatisfecha es de 450 almuerzos diarios que significa elaborar 9000 almuerzos mensuales, 108.000 anuales en los primeros cinco años operativos iniciales del proyecto

4.9 Presupuesto técnico

4.9.1 Equipo y maquinaria requeridos

Para el funcionamiento de la empresa en términos operativos se requiere de los siguientes equipos de cocina que se detallan a continuación:

Cuadro N° 29

Equipo y maquinaria de cocina

CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Cocina Industrial de acero inoxidable	U	1	1.420,00	1.420,00
Congelador	U	1	600,00	600,00
Refrigeradora	U	1	460,00	460,00
Licuadaora	U	2	220,00	440,00
Extractor de jugos	U	2	300,00	600,00
Herramienta menor de cocina	Juego	2	60.00	120.00
Total				3.640,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado: La autora.

Cuadro N° 30**Muebles y enseres de cocina**

DETALLE	Unidad	CANTIDAD	P. UNIT	P. TOTAL
Mesa de aluminio con pozo	U	1	350,00	350,00
Estanterías de aluminio	U	3	280,00	840,00
Mesones de estructura de aluminio	U	2	275,00	550,00
Total				1.740,00

Fuente: Investigación Directa.

Elaborado: La autora.

Cuadro N° 31**Muebles y enseres administrativo**

DETALLE	Unidad	CANTIDAD	P. UNIT	P. TOTAL
Estación de trabajo	u	2	600.00	1.200,00
Juegos de star	u	1	480.00	480,00
Teléfono-Fax	u	1	350.00	350,00
Total				2.030,00

Fuente: Investigación Directa.

Elaborado: La autora

Cuadro N° 32**Vehículo**

DETALLE	Unidad	CANTIDAD	P. UNIT	P. TOTAL
Vehículo	u	1	25.000	25.000,00
Total				25.000,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado: La autora.

Cuadro N° 33**Equipo de informática de administración**

DETALLE	Unidad	CANTIDAD	P. UNIT	P. TOTAL
Equipo de computación completo con impresora HP incluye copiadora	U	2	900.00	1.800,00
Total				1.800,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado: La autora.

4.10 Inversiones fijas y diferidas

4.10.1 Inversiones fijas

Las inversiones fijas que requiere la empresa para su operatividad son las siguientes:

Cuadro N° 34

Activos fijos

AÑO	INVERSIÓN	AÑOS PROYECTADOS				
1. Inversiones fijas		1	2	3	4	5
Equipos y maquinaria de cocina	3.640,00					
Muebles y enseres de cocina	1.740,00					
Muebles y enseres administrativo	2.030,00					
Equipos de informática de administración	1.800,00				1.800,00	
Vehículo	25.000,00					
Total inversiones fijas	34.210,00					
2. Gastos preoperativos	700,00					
3.Capital de trabajo	37.172,25					
Total inversiones	72.082,25				1.800,00	

Fuente: Investigación Directa;
Elaboración: La autora

4.10.2 Inversiones diferidas

Gastos de legalización.

Los gastos de legalización de la empresa de servicio de alimentación son de acuerdo a las leyes y reglamentos impuestos por el Estado.

Cuadro N° 35

Activos pre operativos

CONCEPTO	MONTO
Constitución de empresas	500.00
Gastos publicitarios	200.00
TOTAL	700.00

Fuente: investigación directa.
Elaborado por: La Autora

4.11 Gastos administrativos

Se procedió a determinar el capital de trabajo inicial que tendrá el proyecto en su etapa operativa, así se establece los gastos administrativos que son los siguientes:

Cuadro N° 36

Gastos administrativos

Gastos administrativos	Valor
Salarios de personal	9.497.23
Servicios básicos	100.00
Insumos de oficina	67.87
Arriendo de local	3.500.00
Total Gastos de administración	13.165.10

Fuente: investigación directa.

Elaborado por: La Autora

4.12 Gastos de ventas

Los gastos de ventas del capital de trabajo inicial que tendrá el proyecto en su etapa operativa corresponden a los siguientes rubros:

Cuadro N° 37

Gastos de ventas

Gastos de ventas	Valor
Salarios de personal	1.412.28
Publicidad en general	900.00
Total gastos de ventas	2.312.28

Fuente: investigación directa.

Elaborado por: La Autora

4.13 Costos de producción

Los costos de producción que forman parte del capital de trabajo inicial están conformados por materiales directos, mano de obra directa y costos indirectos de producción.

Cuadro N° 38**Costos de producción**

Costos de producción	Valor
Materiales directos	16.598.79
Mano de obra directa	2.361.70
CIP	2.734.38
Total Gastos de producción	21.694.87

Fuente: investigación directa.

Elaborado por: La Autora

El capital de trabajo inicial consolidado es el siguiente:

Cuadro N° 39**Capital de trabajo inicial**

COSTOS Y GASTOS	VALOR
Materiales directos	16.598.79
Mano de obra directa	2.361.70
CIP	2.734.38
Total Gastos de producción	21.694.87
Gastos administrativos	
Salarios de personal	9.497.23
Servicios básicos	100.00
Insumos de oficina	67.87
Arriendo de local	3.500.00
Total Gastos de administración	13.165.10
Gastos de ventas	
Salarios de personal	1.412.28
Publicidad en general	900.00
Gastos de ventas	2.312.28
TOTAL	37.172.25

Fuente: investigación directa.

Elaborado por: La Autora

4.14 Inversión total del proyecto

El proyecto deber contar con una inversión inicial fija de \$ 72.082.25, compuesto por activos no corrientes con un valor de \$ 34.210; capital de trabajo de \$37.172.25 y Gastos pre operativos \$700.00. Estas inversiones se detallan en el siguiente cuadro.

Cuadro N° 40

Inversiones totales

ACTIVOS	MONTO	%
Activos no corrientes	34.210,00	47,46
Capital de trabajo	37.172,25	51,57
Activos preoperativos	700,00	0,97
TOTAL	72.082,25	100

Fuente: investigación directa.

Elaborado por: La Autora

4.15 Financiamiento del proyecto

El financiamiento previsto para la implementación de la empresa será por aportes propios de \$21.624.68 que significa el 30% de la inversión total y mediante en el Banco Nacional de Fomento de \$50.457.57

Cuadro N° 41**Fuentes de financiamiento**

ACTIVOS	MONTO		
	TOTAL	FUENTES	
		RECURSOS PROPIOS	CRÉDITO
1. ACTIVOS NO CORRIENTES			
Equipos y maquinaria de cocina	3.640,00	3.640,00	0,00
Muebles y enseres de cocina	1.740,00	1.740,00	0,00
Muebles y enseres administrativo	2.030,00	2.030,00	0,00
Equipos de informática de administración	1.800,00	1.800,00	0,00
Vehículo	25.000,00	11.714,68	13.285,32
Sub total	34.210,00	20.924,68	13.285,32
2. CAPITAL DE TRABAJO	37.172,25	0,00	37.172,25
3. ACTIVOS PREOPERATIVOS	700,00	700,00	0,00
TOTAL ACTIVOS	72.082,25	21.624,68	50.457,57
%	100%	30,00	70,00

Fuente: investigación directa.

Elaborado por: La Autora

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO FINANCIERO

5.1 Introducción

El estudio financiero permite determinar los ingresos, su proyección, establecer los egresos, gastos administrativos, gastos de ventas proyectados, depreciaciones y amortizaciones, estados financieros presupuestados y la evaluación financiera con indicadores del VAN, TIR, B/C, PRI; de esta manera se determinara la viabilidad financiera que sustente la inversión del proyecto.

5.2 Ingresos

Los ingresos que tendrá el proyecto son como consecuencia de la venta de los almuerzos; para su cálculo se determina en relación a la capacidad operativa de la empresa que es de 108.000 almuerzos y el precio unitario de \$2.25 para el primer año operativo, lo que origina ingresos de \$243.000. Los ingresos se establecieron al realizar un corrido financiero de los costos directos (materiales directos, mano de obra directa y costos indirectos de producción) y los costos indirectos representados por los gastos administrativos, gastos de ventas y gastos financieros. La sumatoria de estos costos para el primer año operativo son de \$158.734.79 que dividido para el numero de almuerzos que se elaboran en el año (108.000) da como resultado \$1.46 que sería el costo unitario de cada unidad de producción (almuerzo).

Para calcular el precio unitario de venta se estableció la siguiente relación:

$$P_v = C_{tu} + MR\% (71.23\%)$$

$$P_v = 1.46 + 1.04 = \$2.25$$

5.3 Proyección de ingresos

Para la proyección de costos, gastos e ingresos de los años proyectados para el análisis económico financiero del proyecto se utilizó la tasa de inflación anual del 3.67% según el Banco Central del Ecuador año 2014. Considerando los pronósticos de producción expresados en la ingeniería del proyecto se calculó la proyección de los ingresos por los servicios de alimentación a las empresas florícolas para los cinco años proyectados del estudio teniendo un ingreso el quinto año los ingresos serán de 280.684 dólares.

Cuadro N° 42

Proyección de ingresos

Años	Producto	Unidad	Cantidad	Precio unitario	Precio total
1	Almuerzos	U	108.000	2,25	243.000,00
2	Almuerzos	U	108.000	2,33	251.640,00
3	Almuerzos	U	108.000	2,42	261.360,00
4	Almuerzos	U	108.000	2,51	271.080,00
5	Almuerzos	U	108.000	2,60	280.800,00

Fuente: investigación directa.

Elaborado por: La Autora

5.4 Determinación de egresos

Se procedió a determinar los egresos o los costos totales que tendrá el proyecto en su etapa operativa, para lo cual se determina los costos de producción en los que se considera los materiales directos, mano de obra directa y los costos indirectos de producción. Se determina los gastos de administración y los gastos de ventas.

5.5 Costos de producción

En relación a la capacidad operativa de producción de la empresa se establece que para calcular los costos de producción se realizarán en base a los costos de: materiales directos, mano de obra directa y costos indirectos de producción siendo estos los siguientes:

- **Detalle de materiales directos**

La materia prima de la empresa que será utilizado para la producción de servicios de alimentación (almuerzos) se calcularon en relación a la capacidad operativa. Los costos de materia prima son los siguientes:

Cuadro N° 43

Detalle de materiales directos

	PRECIO
CONCEPTO	TOTAL
CARNES	45.000,00
VEGETALES	9.000,00
ABARROTOS	29.000,00
CONDIMENTOS	1.800,00
COSTO TOTAL ANUAL	84.800,00

Fuente: investigación directa.
Elaborado por: La Autora

Para la proyección de materiales directos (materia prima) se utilizó la tasa de inflación anual del año 2014 que es el 3.67% según el Banco Central del Ecuador.

Cuadro N° 44**Proyección de materiales directos (materia prima)**

CONCEPTO	1	2	3	4	5
MATERIALES					
DIRECTOS	84.800,00	87.912,16	91.138,54	94.483,32	97.950,86
COSTO TOTAL					
ANUAL	84.800,00	87.912,16	91.138,54	94.483,32	97.950,86

Fuente: investigación directa.

Elaborado por: La Autora

- Mano de obra directa**

Se consideró como mano de obra directa a 2 cocineros para la producción de almuerzos, el salario de los operadores se calculó en base al reglamento y normativa actual que contempla el Art. 115 del Código de Trabajo.

Cuadro N° 45**Mano de obra directa año 1**

CONCEPTO	SALARIOS	DECIMO CUARTO	DECIMO TERCERO	APORTE PATRONAL 12.15%	VACACIONES	TOTAL SALARIO MES	TOTAL SALARIO AÑO
COCINEROS (2)	900,00	59,00	75,00	109,35	37,50	1.180,85	14.170,20
TOTAL							14.170,20

Fuente: investigación directa.

Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 46**Mano de obra directa año 2**

CONCEPTO	SALARIOS	DECIMO CUARTO	DECIMO TERCERO	APORTE PATRONAL 12.15%	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	TOTAL SALARIO MES	TOTAL SALARIO AÑO
COCINEROS (2)	933,03	61,17	77,75	113,36	77,75	38,88	1.301,94	15.623,28
TOTAL								15.623,28

Fuente: investigación directa.

Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 47**Mano de obra directa año 3**

CONCEPTO	SALARIOS	DECIMO CUARTO	DECIMO TERCERO	APORTE PATRONAL 12.15%	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	TOTAL SALARIO MES	TOTAL SALARIO AÑO
COCINEROS (2)	967,27	63,41	80,61	117,52	80,61	40,30	1.349,72	16.196,65
TOTAL								16.196,65

Fuente: investigación directa.

Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 48**Mano de obra directa año 4**

CONCEPTO	SALARIOS	DECIMO CUARTO	DECIMO TERCERO	APORTE PATRONAL 12.15%	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	TOTAL SALARIO MES	TOTAL SALARIO AÑO
COCINEROS (2)	1.002,77	65,74	83,56	121,84	83,56	41,78	1.399,26	16.791,07
TOTAL								16.791,07

Fuente: investigación directa.

Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 49**Mano de obra directa año 5**

CONCEPTO	SALARIOS	DECIMO CUARTO	DECIMO TERCERO	APORTE PATRONAL 12.15%	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	TOTAL SALARIO MES	TOTAL SALARIO AÑO
COCINEROS (2)	1.039,57	68,15	86,63	126,31	86,63	43,32	1.450,61	17.407,30
TOTAL								17.407,30

Fuente: investigación directa.

Elaborado por: La Autora

5.5.1 Costos indirectos de producción

Los costos indirectos de producción constituyen los componentes de gastos efectivos por concepto de materiales indirectos, mano de obra indirecta, servicios básicos y

mantenimiento y por gastos no efectivos son las depreciaciones. Los valores que corresponden a estos rubros son los siguientes:

Cuadro N° 50

Presupuesto de costos indirectos de producción

CONCEPTO	AÑOS PROYECTADOS				
	1	2	3	4	5
EFFECTIVOS					
Materiales indirectos	3.670,00	3.804,69	3.944,32	4.089,08	4.239,15
	11.298,2	12.446,8	12.903,6	13.377,2	13.868,2
Mano de obra indirecta	6	9	9	6	1
Servicios básicos	540,00	559,82	580,36	601,66	623,74
Mantenimiento	360,00	373,21	386,91	401,11	415,83
	15.868,2	17.184,6	17.815,2	18.469,1	19.146,9
Subtotal	6	1	9	1	3
NO EFFECTIVOS					
Depreciación de equipo y maquinaria de producción	364,00	364,00	364,00	364,00	364,00
Depreciación de muebles y enseres de producción	174,00	174,00	174,00	174,00	174,00
Subtotal	538,00	538,00	538,00	538,00	538,00
	16.406,2	17.722,6	18.353,2	19.007,1	19.684,9
Total	6	1	9	1	3

Fuente: investigación directa.
Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 51

Materiales indirectos

CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO	
			UNIT.	TOTAL
UNIFORMES	U	120,00	30,00	3.600,00
DESINFECTANTES	U	20,00	3,50	70,00
COSTO TOTAL ANUAL				3.670,00

Fuente: investigación directa.
Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 52**Mano de obra indirecta año 1**

CONCEPTO	SALARIOS	DECIMO CUARTO	DECIMO TERCERO	APORTE PATRONAL 12.15%	VACACIONES	TOTAL SALARIO MES	TOTAL SALARIO AÑO
AYUDANTES DE							
COCINA (2)	708,00	59,00	59,00	86,02	29,50	941,52	11.298,26
TOTAL							11.298,26

Fuente: investigación directa.

Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 53**Mano de obra indirecta año 2**

CONCEPTO	SALARIOS	DECIMO CUARTO	DECIMO TERCERO	APORTE PATRONAL 12.15%	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	TOTAL SALARIO MES	TOTAL SALARIO AÑO
AYUDANTES								
DE COCINA (2)	733,98	61,17	61,17	89,18	61,17	30,58	1.037,24	12.446,89
TOTAL								12.446,89

Fuente: investigación directa.

Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 54**Mano de obra indirecta año 3**

CONCEPTO	SALARIOS	DECIMO CUARTO	DECIMO TERCERO	APORTE PATRONAL 12.15%	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	TOTAL SALARIO MES	TOTAL SALARIO AÑO
AYUDANTES								
DE COCINA								
(2)	760,92	63,41	63,41	92,45	63,41	31,71	1.075,31	12.903,69
TOTAL								12.903,69

Fuente: investigación directa.

Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 55**Mano de obra indirecta año 4**

CONCEPTO	SALARIOS	DECIMO CUARTO	DECIMO TERCERO	APORTE PATRONAL 12.15%	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	TOTAL SALARIO MES	TOTAL SALARIO AÑO
AYUDANTES								
DE COCINA (2)	788,85	65,74	65,74	95,84	65,74	32,87	1.114,77	13.377,26
TOTAL								13.377,26

Fuente: investigación directa.

Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 56**Mano de obra indirecta año 5**

CONCEPTO	SALARIOS	DECIMO CUARTO	DECIMO TERCERO	APORTE PATRONAL 12.15%	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	TOTAL SALARIO MES	TOTAL SALARIO AÑO
AYUDANTES								
DE COCINA (2)	817,80	68,15	68,15	99,36	68,15	34,07	1.155,68	13.868,21
TOTAL								13.868,21

Fuente: investigación directa.

Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 57**Servicios básicos**

CONCEPTO	UNIDAD DE CONSUMO	CANTIDAD POR MES	COSTO UNIT. POR MES	COSTO MENSUAL	P. TOTAL AÑO
Luz	Kilowats	101.68	0.25	25.42	305.00
Agua	Metros 3	41.66	0.30	12.50	150.00
Teléfono	Minutos	88.50	0.08	7.08	85.00
TOTAL					540.00

Fuente: investigación directa.

Elaborado por: La Autora

5.5.2 Costos de producción consolidados

Los costos de producción que tendrá la empresa corresponden a: materiales directos, mano de obra directa y costos indirectos de producción. Para realizar la proyección a los años de estudio financiero (5 años) se utilizó la tasa de inflación actual del 3.67%. los valores se muestran en el siguiente cuadro:

Cuadro N° 58

Costos de producción

DETALLE	AÑOS PROYECTADOS				
	1	2	3	4	5
Materiales directos	84.800,00	87.912,16	91.138,54	94.483,32	97.950,86
Personal operativo	14.170,20	15.623,28	16.196,65	16.791,07	17.407,30
Costos indirectos de producción	16.406,26	17.722,61	18.353,29	19.007,11	19.684,93
TOTAL	115.376,46	121.258,05	125.688,48	130.281,50	135.043,08

Fuente: investigación directa.

Elaborado por: La Autora

5.6 Gastos administrativos y ventas (proyectados)

5.6.1 Gastos administrativos

Los gastos administrativos que tendrá la empresa son referentes a: por pago de personal administrativo, servicios básicos, insumos de oficina y arriendo de local, teniéndose un total de 23.260 dólares que representan gastos efectivos o desembolsables. Los gastos que no representan desembolsos son de \$802.94. Por tanto los gastos de administración para el primer año serán de 24.063 dólares. En el cuadro siguiente se muestran los valores correspondientes:

Cuadro N° 59**Gastos administrativos**

CONCEPTO	AÑOS PROYECTADOS				
	1	2	3	4	5
EFFECTIVOS					
Pago de personal administrativo	18.657,60	20.586,37	21.341,89	22.125,14	22.937,13
Servicios Básicos	240,00	248,81	257,94	267,41	277,22
Insumos de oficina	162,90	168,88	175,08	181,50	188,16
Arriendo de local	4.200,00	4.354,14	4.513,94	4.679,60	4.851,34
Subtotal	23.260,50	25.358,20	26.288,85	27.253,65	28.253,86
NO EFFECTIVOS					
Depreciación de muebles y enseres administrativos	203,00	203,00	203,00	203,00	203,00
Depreciación de equipos de informática administrativos	599,94	599,94	599,94	599,94	599,94
Subtotal	802,94	802,94	802,94	802,94	802,94
TOTAL	24.063,44	26.161,14	27.091,79	28.056,59	29.056,80

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La autora

Salario de personal administrativo**Cuadro N° 60****Salario de personal año 1**

CONCEPTO	SALARIOS	DECIMO CUARTO	DECIMO TERCERO	APORTE PATRONAL 12.15%	VACACIONES	TOTAL SALARIO MES	TOTAL SALARIO AÑO
GERENTE	700,00	29,50	58,33	85,05	29,17	902,05	10.824,60
CONTADORA	500,00	29,50	41,67	60,75	20,83	652,75	7.833,00
TOTAL							18.657,60

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora

Cuadro N° 61**Salario de personal año 2**

CONCEPTO	SALARIOS	DECIMO CUARTO	DECIMO TERCERO	APORTE PATRONAL 12.15%	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	TOTAL SALARIO MES	TOTAL SALARIO AÑO
GERENTE	725,69	30,58	60,47	88,17	60,47	30,24	995,63	11.947,55
CONTADORA	518,35	30,58	43,20	62,98	43,20	21,60	719,90	8.638,82
TOTAL								20.586,37

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora

Cuadro N° 62**Salario de personal año 3**

CONCEPTO	SALARIOS	DECIMO CUARTO	DECIMO TERCERO	APORTE PATRONAL 12.15%	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	TOTAL SALARIO MES	TOTAL SALARIO AÑO
GERENTE	752,32	31,71	62,69	91,41	62,69	31,35	1.032,17	12.386,03
CONTADORA	537,37	31,71	44,78	65,29	44,78	22,39	746,32	8.955,87
TOTAL								21.341,89

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora

Cuadro N° 63**Salario de personal año 4**

CONCEPTO	SALARIOS	DECIMO CUARTO	DECIMO TERCERO	APORTE PATRONAL 12.15%	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	TOTAL SALARIO MES	TOTAL SALARIO AÑO
GERENTE	779,93	32,87	64,99	94,76	64,99	32,50	1.070,05	12.840,60
CONTADORA	557,10	32,87	46,42	67,69	46,42	23,21	773,71	9.284,55
TOTAL								22.125,14

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora

Cuadro N° 64**Salario de personal año 5**

CONCEPTO	SALARIOS	DECIMO CUARTO	DECIMO TERCERO	APORTE PATRONAL 12.15%	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	TOTAL SALARIO MES	TOTAL SALARIO AÑO
GERENTE	808,56	34,07	67,38	98,24	67,38	33,69	1.109,32	13.311,85
CONTADORA	577,54	34,07	48,13	70,17	48,13	24,06	802,11	9.625,29
TOTAL								22.937,13

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora

Cuadro N° 65**Insumos de oficina**

CONCEPTO	UNIDAD	CANT.	P. UNITARIO	P. TOTAL AÑO
CDS	U	12	0,50	6,00
SOBRES DE MANILA	U	26	0,15	3,90
PAPEL PARA FAX	U	30	3,50	105,00
TINTAS EN GENERAL	U	10	4,80	48,00
TOTAL				162,90

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora

Cuadro N° 66**Servicios básicos**

CONCEPTO	UNIDAD DE CONSUMO	CANTIDAD POR MES	COSTO UNIT. POR MES	COSTO MENSUAL	P. TOTAL AÑO
Luz	Kilowats	20.64	0.25	5.16	62.00
Agua	Metros 3	24.43	0.30	7.33	88.00
Teléfono	Minutos	93.75	0.08	7.50	90.00
TOTAL					240.00

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora

5.6.2. Gastos generales ventas (proyectados)

Los gastos generales de ventas necesarios para la operatividad de la empresa están conformados por los rubros de: salarios de personal, material publicitario, combustible y depreciaciones. Para el primer año proyectado son de \$ 14.249, para el quinto año son de \$ 16.092.

Cuadro N° 67

Gastos generales de ventas

CONCEPTO	AÑOS PROYECTADOS				
	1	2	3	4	5
1. EFECTIVOS	9.249,13	9.955,57	10.320,94	10.699,71	11.092,39
Salarios Personal	5.649,13	6.223,45	6.451,85	6.688,63	6.934,10
Material publicitario	1.200,00	1.244,04	1.289,70	1.337,03	1.386,10
Combustible	2.400,00	2.488,08	2.579,39	2.674,06	2.772,19
2. NO EFECTIVOS	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00
Depreciación de vehículo	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00
TOTAL	14.249,13	14.955,57	15.320,94	15.699,71	16.092,39

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora

Cuadro N° 68

Personal de ventas año 1

CONCEPTO	SALARIOS	DECIMO CUARTO	DECIMO TERCERO	APORTE PATRONAL 12.15%	VACACIONES	TOTAL SALARIO MES	TOTAL SALARIO AÑO
DESPACHADOR	354,00	29,50	29,50	43,01	14,75	470,76	5.649,13
TOTAL							5.649,13

Fuente: Investigación Directa

Elaborado: La autora

Cuadro N° 69
Personal de ventas año 2

CONCEPTO	SALARIOS	DECIMO CUARTO	DECIMO TERCERO	APORTE PATRONAL 12.15%	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	TOTAL SALARIO MES	TOTAL SALARIO AÑO
DESPACHADOR	366,99	30,58	30,58	44,59	30,58	15,29	518,62	6.223,45
TOTAL								6.223,45

Fuente: Investigación Directa
Elaborado: La autora.

Cuadro N° 70
Personal de ventas año 3

CONCEPTO	SALARIOS	DECIMO CUARTO	DECIMO TERCERO	APORTE PATRONAL 12.15%	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	TOTAL SALARIO MES	TOTAL SALARIO AÑO
DESPACHADOR	380,46	31,71	31,71	46,23	31,71	15,85	537,65	6.451,85
TOTAL								6.451,85

Fuente: Investigación Directa
Elaborado: La autora.

Cuadro N° 71
Personal de ventas año 4

CONCEPTO	SALARIOS	DECIMO CUARTO	DECIMO TERCERO	APORTE PATRONAL 12.15%	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	TOTAL SALARIO MES	TOTAL SALARIO AÑO
DESPACHADOR	394,42	32,87	32,87	47,92	32,87	16,43	557,39	6.688,63
TOTAL								6.688,63

Fuente: Investigación Directa
Elaborado: La autora.

Cuadro N° 72**Personal de ventas año 5**

CONCEPTO	SALARIOS	DECIMO CUARTO	DECIMO TERCERO	APORTE PATRONAL 12.15%	FONDOS DE DECIDIVA	VACACIONES	TOTAL SALARIO	TOTAL SALARIO AÑO
DESPACHADOR	408,90	34,07	34,07	49,68	34,07	17,04	577,84	6.934,10
TOTAL								6.934,10

Fuente: Investigación Directa

Elaborado: La autora.

5.7. Depreciaciones y amortizaciones**5.7.1 Depreciación**

La depreciación de los activos fijos es de 6.340 dólares anuales. El valor de salvamento es de 4.305 dólares. En el siguiente cuadro se muestra los valores que corresponde a cada rubro de los activos fijos.

Cuadro N° 73**Depreciación**

CONCEPTO	COSTO	PORCENTAJE	DEPRECIACIÓN ANUAL					V.S
			1	2	3	4	5	
ACTIVO								
Equipos y maquinaria de cocina	3.640,00	10%	364,00	364,00	364,00	364,00	364,00	1.820,00
Muebles y enseres de cocina	1.740,00	10%	174,00	174,00	174,00	174,00	174,00	870,00
Muebles y enseres administrativo	2.030,00	10%	203,00	203,00	203,00	203,00	203,00	1.015,00
Equipos de informática de administración	1.800,00	33.33%	599,94	599,94	599,94	599,94	599,94	600,12
Vehículo	25.000,00	20%	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	0,00
TOTAL								
DEPRECIACIÓN								
ANUAL	34.210,00		6.340,94	6.340,94	6.340,94	6.340,94	6.340,94	4.305,12

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

5.7.2. Amortización

La amortización del crédito que forma parte del requerimiento financiero del proyecto es de 50.457 dólares obtenidos a través del Banco Nacional de Fomento, a una tasa de interés del 10% y a un plazo de 5 años que efectuará la empresa.

Cuadro N° 74

Amortización

CAPITAL	50.457,57	TOTAL AMORT:	50.457,57
INTERÉS	10,00%	TOTAL INTER:	17.660,15
PLAZO			
AÑOS	5	TOTAL CUOTA:	68.117,72
Fecha de inicio			
GRACIA	1	deuda	mayo 1, 2015
Días interpagos			
			360
	CAPITAL		CAPITAL
PERIODOS	INICIAL	AMORTIZACIÓN	INTERESES CUOTA REDUCIDO
1	50.457,57	0,00	5.045,76 5.045,76 50.457,57
2	50.457,57	12.614,39	5.045,76 17.660,15 37.843,18
3	37.843,18	12.614,39	3.784,32 16.398,71 25.228,79
4	25.228,79	12.614,39	2.522,88 15.137,27 12.614,39
5	12.614,39	12.614,39	1.261,44 13.875,83 (0,00)

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora

Por intereses (Gastos financieros) en el primer año se tendrá 5.045 dólares, para el quinto año 1.261 dólares. Los demás valores se muestran en el siguiente cuadro.

Cuadro N° 75**Gastos de financiación**

FASE	AÑOS PROYECTADOS				
AÑO	1	2	3	4	5
COSTOS DE FINANCIACIÓN (INTERESES)	5.045,76	5.045,76	3.784,32	2.522,88	1.261,44
PAGO DE CAPITAL	0,00	12.614,39	12.614,39	12.614,39	12.614,39

5.8 Gastos de operación y financiación

Los costos de operación y de financiación que tendrá la empresa en su etapa operativa son los siguientes:

Cuadro N° 76**Costos de operación y de financiación**

FASE	AÑOS PROYECTADOS				
AÑO	1	2	3	4	5
NIVEL DE OPERACIÓN					
Materiales directos	84.800,00	87.912,16	91.138,54	94.483,32	97.950,86
Personal Directo	14.170,20	15.623,28	16.196,65	16.791,07	17.407,30
CIP	16.406,26	17.722,61	18.353,29	19.007,11	19.684,93
1. Costo Directos	115.376,46	121.258,05	125.688,48	130.281,50	135.043,08
Gastos de administración	24.063,44	26.161,14	27.091,79	28.056,59	29.056,80
Gastos de ventas	14.249,13	14.955,57	15.320,94	15.699,71	16.092,39
2. Gastos Operativos	38.312,57	41.116,71	42.412,72	43.756,30	45.149,19
Costos Operativos (1+2)	153.689,04	162.374,76	168.101,20	174.037,80	180.192,27
Gastos de Financiar (intereses)	5.045,76	5.045,76	3.784,32	2.522,88	1.261,44
Total Gastos Operativos y No Operativos	158.734,79	167.420,51	171.885,52	176.560,68	181.453,71

Fuente: Investigación Directa
Elaborado: La Autora

5.8.1 Saldo de efectivo requerido en caja

El saldo de efectivo requerido en caja es una cuenta de importancia en un proyecto ya que permite determinar los valores económicos que debe tener la empresa en la cuenta caja, con la finalidad de no interrumpir los procesos de producción en el corto tiempo, con esta

consideración la empresa requiere de un saldo efectivo en caja para el primer año es de 12.807 dólares y de 15.016 dólares para el quinto año. El coeficiente de renovación máximo será de 12. Los días de cobertura mínimo son de 30 días.

Cuadro N° 77

Saldo de efectivo requerido en caja

COSTO/GASTO	DÍAS DE COBERTURA	COEFICIENTE DE RENOVACIÓN	AÑOS PROYECTADOS				
			1	2	3	4	5
Materiales Directos	30	12	7.066,67	7.326,01	7.594,88	7.873,61	8.162,57
Personal Directo	30	12	1.180,85	1.301,94	1.349,72	1.399,26	1.450,61
CIP	30	12	1.367,19	1.476,88	1.529,44	1.583,93	1.640,41
Gastos de							
Administración	30	12	2.005,29	2.180,10	2.257,65	2.338,05	2.421,40
Gastos de ventas	30	12	1.187,43	1.246,30	1.276,74	1.308,31	1.341,03
Saldo de efectivo							
Requerido en caja			12.807,42	13.531,23	14.008,43	14.503,15	15.016,02

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La autora

5.9 Estados financieros presupuestados

5.9.1 Estado de pérdidas y ganancias

El estado de pérdidas y ganancias de la empresa operando la producción programada se obtienen una utilidad bruta en ventas en el primer año de 127.624 dólares, una utilidad operativa de 89.311 dólares, lo que origina una utilidad antes de Impuestos de 71.625 dólares. En este primer año después de descontar participación de utilidades a trabajadores e impuesto a la renta que es del 22% según el SRI, se genera una utilidad neta de 55.868 dólares. Los valores de los otros años se muestran en el siguiente cuadro.

Cuadro N° 78**Estado de pérdidas y ganancias**

CONCEPTO	AÑOS PROYECTADOS				
	1	2	3	4	5
Ingreso por ventas	243.000	251.918	261.163	270.748	280.685
Menos costo de producción	115.376	121.258	125.688	130.281	135.043
Utilidad Bruta	127.624	130.660	135.475	140.467	145.642
Menos Gastos de Administración	24.063	26.161	27.092	28.057	29.057
Gastos de vender	14.249	14.956	15.321	15.700	16.092
Utilidad Operacional	89.311	89.543	93.062	96.710	100.492
Costos Financieros	5.046	5.046	3.784	2.523	1.261
Utilidad Antes de Participación	84.265	84.498	89.278	94.188	99.231
15% Participación de Utilidades	12.640	12.675	13.392	14.128	14.885
Utilidad Antes de Impuesto a la Renta	71.625	71.823	75.886	80.059	84.346
Impuesto a la Renta	15.758	15.801	16.695	17.613	18.556
Utilidad Neta	55.868	56.022	59.191	62.446	65.790

Fuente: Investigación Directa.
Elaborado por: La autora.

5.9.2. Flujo neto de efectivo

El flujo neto de efectivo establece las entradas de efectivo por concepto de ingresos por ventas de los años proyectados. Las salidas de efectivo por concepto de la inversión inicial en la fase preoperativa y en la fase operacional por costos financieros, participación de utilidades y pago de impuestos. Obteniéndose los siguientes valores:

Cuadro N° 79**Flujo neto de efectivo**

FASE	INVERSIÓN		AÑOS PROYECTADOS				VALOR
AÑO	0	1	2	3	4	5	REMANENTE LIBROS
NIVEL DE PRODUCCIÓN							
ENTRADAS DE EFECTIVO							
1. Recursos Financieros	72.082,25						
2. Utilidad Operativa		89.310,96	89.543,34	93.062,30	96.710,40	100.492,38	
3. Depreciación		6.340,94	6.340,94	6.340,94	6.340,94	6.340,94	
5. Valor Remanente en el Ultimo año							4.305,12
TOTAL ENTRADAS DE EFECTIVO	72.082,25	95.651,90	95.884,28	99.403,24	103.051,34	106.833,32	4.305,12
SALIDAS DE EFECTIVO							
1. Activos Fijos	34.210,00	0.00	0.00	0.00	1.800,00	0.00	
2. Capital de Trabajo	37.172,25	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	
3. Activos Pre operativos	700,00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	
4. Costos Financieros		5.045,76	5.045,76	3.784,32	2.522,88	1.261,44	
5. Pago a principal		0,00	12.614,39	12.614,39	12.614,39	12.614,39	
6.Impuestos		28.397,37	28.475,69	30.086,68	31.741,19	33.440,83	
TOTAL SALIDAS DE EFECTIVO	72.082,25	33.443,13	46.135,84	46.485,39	48.678,46	47.316,66	
ENTRADAS MENOS SALIDAS	0.00	62.208,77	49.748,45	52.917,85	54.372,87	59.516,66	4.305,12
SALDO ACUMULADO DE EFECTIVO (FNE)	0.00	62.208,77	111.957,22	164.875,07	219.247,94	278.764,60	283.069,72

Fuente: Investigación Directa.

Elaborado por: La autora.

5.9.3. Flujo de caja

El flujo de caja es similar al flujo neto de efectivo y su interpretación es válida desde el punto de vista contable y financiero, ya que es un instrumento que permite conocer el comportamiento y la proyección de fuentes y usos en efectivo, con la finalidad de prever su origen y aplicación:

Cuadro N° 80

Flujo de caja

CONCEPTO	INVERSIÓN	AÑOS PROYECTADOS				
	0	1	2	3	4	5
A. Ingresos Operativos	243.000,0	251.918,1	261.163,5	270.748,2	280.684,7	
Recuperación Por ventas	243.000,0	251.918,1	261.163,5	270.748,2	280.684,7	
B. Egresos Operacionales	153.689,0	162.374,8	168.101,2	174.037,8	180.192,3	
Costo de Operación	115.376,5	121.258,0	125.688,5	130.281,5	135.043,1	
Gastos de Administración	24.063,4	26.161,1	27.091,8	28.056,6	29.056,8	
Gastos de Ventas	14.249,1	14.955,6	15.320,9	15.699,7	16.092,4	
C. Flujo Operacional (A-B)	89.311,0	89.543,3	93.062,3	96.710,4	100.492,4	
D. Ingresos no Operacionales						
Depreciación y amortización		6.340,9	6.340,9	6.340,9	6.340,9	6.340,9
Recursos Financieros	72.082,25					
E. Egresos no Operacionales	33.443,1	46.135,8	46.485,4	48.678,5	47.316,7	
Pago de Intereses	5.045,8	5.045,8	3.784,3	2.522,9	1.261,4	
Pago de Capital - Crédito	0,0	12.614,4	12.614,4	12.614,4	12.614,4	
Pago de Participación de Utilidades	12.639,8	12.674,6	13.391,7	14.128,1	14.884,6	
Pago de Impuestos	15.757,6	15.801,0	16.695,0	17.613,1	18.556,2	
Adquisición de Activos Fijos	72.082,25				1.800,0	
Equipos y maquinaria de cocina	3.640,00					
Muebles y enseres de cocina	1.740,00					
Muebles y enseres administrativo	2.030,00					
Equipos de informática de administración	1.800,00				1.800,0	
Vehículo	25.000,00					
Capital de trabajo	37.172,25					
Activos preoperativos	700,00					
F. Flujo no Operacional (D-E)	-27.102,2	-39.794,9	-40.144,4	-42.337,5	-40.975,7	
G. Flujo Neto Generado (C+F)	62.208,8	49.748,4	52.917,8	54.372,9	59.516,7	
H. Saldo Inicial de Caja	0,0	62.208,8	111.957,2	164.875,1	219.247,9	
I. Saldo Final de Caja (G+H)	62.208,8	111.957,2	164.875,1	219.247,9	278.764,6	

Fuente: Investigación Directa

Elaborado: La autora.

5.9.4 Balance proyectado

En el balance representa la situación financiera de la empresa durante los cinco años operacionales sujetos al estudio, representa los que la empresa espera tener en relación a sus cuentas (activos, pasivos y capital). El balance proforma para los cinco años considerados en el análisis, se muestra en el siguiente cuadro.

Cuadro N° 81

Balance inicial y proyectado

DETALLE	INICIAL	AÑOS PROYECTADOS				
		1	2	3	4	5
NIVEL DE OPERACIÓN						
ACTIVOS						
A. CORRIENTE						
1.Caja		12.807,42	13.531,23	14.008,43	14.503,15	15.016,02
2.Bancos	37.172,25	62.208,77	111.957,22	164.875,07	219.247,94	278.764,60
3.Cuentas por Cobrar		12.807,42	13.531,23	14.008,43	14.503,15	15.016,02
4. Inventario de insumos		7.066,67	7.326,01	7.594,88	7.873,61	8.162,57
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	37.172,25	94.890,28	146.345,69	200.486,81	256.127,85	316.959,22
A. FIJOS						
Equipos y maquinaria de cocina	3.640,00	3.276,00	2.912,00	2.548,00	2.184,00	1.820,00
Muebles y enseres de cocina	1.740,00	1.566,00	1.392,00	1.218,00	1.044,00	870,00
Muebles y enseres administrativo	2.030,00	1.827,00	1.624,00	1.421,00	1.218,00	1.015,00
Equipos de informática de administración	1.800,00	1.200,06	600,12	0,18	1.200,06	600,12
Vehículo	25.000,00	20.000,00	15.000,00	10.000,00	5.000,00	0,00
TOTAL ACTIVOS FIJOS	34.210,00	27.869,06	21.528,12	15.187,18	10.646,06	4.305,12
A. DIFERIDOS						
13.Gastos Pre operativos	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00
TOTAL DE ACTIVOS	72.082,25	123.459,34	168.573,81	216.373,99	267.473,91	321.964,34
PASIVOS						
P. CORRIENTE						
14.Cuentas por Pagar		24.063,44	26.161,14	27.091,79	28.056,59	29.056,80
Pasivo a Largo Plazo						
15.Préstamo	50.457,57	50.457,57	37.843,18	25.228,79	12.614,39	0,00
TOTAL PASIVOS	50.457,57	74.521,01	64.004,32	52.320,57	40.670,98	29.056,80
PATRIMONIO						
16.Capital Social	21.624,68	-6.929,50	48.547,59	104.862,12	164.356,61	227.117,43
17.Utilidad	0,00	55.867,83	56.021,90	59.191,30	62.446,32	65.790,11
TOTAL PATRIMONIO		48.938,3	104.569,49	164.053,42	226.802,93	292.907,54
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	72.082,25	123.459,34	168.573,81	216.373,99	267.473,91	321.964,34

Fuente: Investigación Directa

Elaborado: La autora

5.10. Evaluación financiera

5.10.1 Cálculo del costo de oportunidad de la inversión (CK)

El costo de capital del proyecto considero, la inversión total y sus Fuentes de financiamiento. Para su cálculo se consideró la tasa promedio anual de inflación del año 2014 que es de 3.67% y la tasa activa del 10%, la tasa pasiva del 6%. Para su cálculo se utilizó el siguiente procedimiento:

Cuadro N° 82

Costo de oportunidad

Descripción	Valor	%	Tasa de (%) ponderación	Valor ponderado
Capital Propio	21.625	30	6	180,00
Capital Financiado –				
BNF	50.457,57	70	10	700,00
Total	72.082	100	16	880,00

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora

$$CK = 880/100 = 8.80\%$$

$$Td = 8.80 + 3.67\% = 12.47\%$$

El costo de oportunidad (CK) el costo de oportunidad o la tasa de descuento del proyecto es de 12.47%.

5.10.2 Valor Actual Neto (VAN)

“El criterio de análisis debe aceptarse si su valor actual neto (VAN) es igual o superior a cero, donde el VAN es la diferencia entre todos los flujos netos que genera el proyecto en relación a la inversión inicial actualizada a la misma tasa”

$$VAN = - \text{Inversión Inicial} + \sum FCN_{(i)}$$

Donde:

FCN = Flujo de Caja Neto Proyectado

i = Tasa de redescuento (12.47%)

n = Tiempo de proyección (5 años)

$$VAN_{(i\%)} = -I_o + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5}{(1+i)^5}$$

$$VAN_{(12.47\%)} = -72.082.25 + \frac{62.208}{(1+0.1247)^1} + \frac{49.748}{(1+0.1247)^2} + \frac{52.917}{(1+0.1247)^3} + \frac{54.372}{(1+0.1247)^4} + \frac{63.821}{(1+0.1247)^5}$$

$$VAN = -72.082 + 201.280$$

$$VAN = 129.197$$

El Valor Presente Neto del proyecto a una tasa de interés (i) o redescuento del 12.47%, rinde el 12.47% anual en términos constantes y en adición generará una rentabilidad en unidades monetarias actuales de \$ 129.197 por lo que se justifica la inversión del proyecto desde éste punto de vista financiero.

5.10.3. Tasa interna de retorno (TIR)

Los datos obtenidos en el cuadro de flujos netos de efectivo se procedió a calcular la TIR, considerando la inversión inicial del proyecto y aplicando la siguiente ecuación:

$$TIR = -P + FCN_{(i)} = 0$$

El cálculo de la TIR será igual a

$$P = \sum FCN_{(i)}$$

$$0 = -P + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5}{(1+i)^5}$$

La “i” que satisface la ecuación es la TIR

TIR = 70%

La “i” que satisface la ecuación es 0.70 que equivale al TIR del 70% del proyecto. Interpretando el resultado se tiene, que la inversión inicial es de \$72.082,25 y genera una rentabilidad anual del 70% que supera al costo de oportunidad (CK= 12.47%) en 57.53%.

5.10.4 Periodo de recuperación de la inversión (PRI)

Para determinar el periodo de recuperación de la inversión se consideró los Flujos Netos de Efectivo producidos por la empresa, actualizados a una tasa de redescuento del 12.47% en relación a la inversión inicial que requiere el proyecto.

$$PRI = \sum FCN_{(12.47\%)} = \text{Inversión Inicial}$$

Cuadro N° 83

Periodo de recuperación de la inversión

AÑOS	INVERSIÓN	FNE	FNE ACTUALIZADO	PRI
0	72.082,25			
1		62.208,77	55.311,44	
2		49.748,45	39.328,39	1 año, 5
3		52.917,85	37.195,64	meses y 3
4		54.372,87	33.980,95	días
5		63.821,78	35.463,81	
TOTAL			201.280,23	

Fuente: Investigación directa
Elaboración: La autora

5.10.5 Relación Beneficio / Costo

La relación beneficio / costo del proyecto considerando una tasa de redescuento del 12.47% es el cociente que resulta de dividir los Flujos de Caja Netos proyectados actualizados a la tasa de interés manifestada y dividida para la inversión inicial del proyecto. La ecuación usada es la siguiente:

$$R\ B/C = \frac{\sum FNE_{(i\%)}}{Inversión\ Inicial}$$

$$R\ B/C = \frac{201.280}{72.082,25} = 2.79$$

Cuadro N° 84

Beneficio costo

AÑOS	INVERSIÓN	FNE	FNE ACTUALIZADO	B/C
0	72.082,25			
1		62.208,77	55.311,44	
2		49.748,45	39.328,39	
3		52.917,85	37.195,64	2,79
4		54.372,87	33.980,95	
5		63.821,78	35.463,81	
TOTAL			201.280,23	

Fuente: Investigación directa
Elaboración: La autora

Al aplicar la ecuación se obtiene que el B/C de 2.79 que el proyecto es atractivo desde este punto de vista, con un retorno de 2.79 por cada dólar invertido.

5.10.6 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es la situación financiera y operativa en el que la empresa no tiene ni pérdidas ni ganancias. En base al programa operativo proforma y a los presupuestos de ingresos y egresos totales se procedió a determinar el punto de equilibrio o producción mínima

económica que tendrá la empresa en los cinco años proyectados. El punto de equilibrio en el primer año proforma es de 82.556 dólares y para el quinto año proyectado 89.444 dólares.

Cuadro N° 85

Punto de equilibrio

$$PE_{\$} = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{V}} \quad CF = \text{Costos Fijos}$$

CV = Costos Variable

CONCEPTO	AÑOS PROYECTADOS				
	1	2	3	4	5
Ingreso por ventas	243.000	251.918	261.163	270.748	280.685
Costos Totales	158.735	167.421	171.886	176.561	181.454
Costos Variable	115.376	121.258	125.688	130.281	135.043
Costos fijos	43.358	46.162	46.197	46.279	46.411
Punto de equilibrio \$	82.556	89.003	89.057	89.203	89.444

Fuente: Investigación Directa.

Elaborado por: La autora.

Cuadro N° 86

Resumen de la evaluación financiera

VAN	\$ 129.197
TIR	70
PRI	1 año , 5 meses, 3 días
B/C	2.79

Fuente: Investigación Directa.

Elaborado por: La autora.

CAPÍTULO VI

6. ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA DE LA EMPRESA

6.1 Introducción

La estructura administrativa es fundamental para que la empresa disponga de condiciones estables en la división de procesos, funciones y autoridad a través de las cuales opere la organización. La estructura organizacional es la herramienta que permite la división de los niveles jerárquicos y funcionales de la empresa, a través del organigrama estructura, funcional y complementando con la descripción de cargos. En la etapa de factibilidad de proyecto se define la organización más apropiada para la empresa teniendo en claro cuáles son los objetivos de esta y su radio de acción (exigencias de los clientes internos y externos) así como los aspectos tecnológicos, ambientales y sociales interno y externo.

6.2 Denominación de la microempresa

La Razón social para el funcionamiento de la empresa será EMPRESA DE SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN CAYAMBE.

6.3 Primero son los clientes

Gráfico N° 15

Primero son los clientes



6.4 Aspectos filosóficos

6.4.1 Misión.

Prestar servicios de alimentación a las empresas florícolas del cantón Cayambe de manera eficaz y personalizada garantizando calidad en el servicio y en los productos que oferta la empresa, a través de procesos de mejoramiento continuo en beneficio de los clientes.

6.4.2 Visión.

En los próximos cinco años ser una empresa líder en la prestación de servicios de alimentación en el cantón, sobrepasando las necesidades y expectativas de nuestros clientes, mediante la implementación de una cultura organizacional y trabajo en equipo.

6.4.3 Políticas

Respecto a las políticas que deberá tomar la empresa son:

1. Los proveedores, tendrán que suministrar materias primas e insumos de calidad dentro de un marco de comportamiento ético. Promoverá el cumplimiento de tiempos de entrega y procesos contractuales de aprovisionamiento.
2. Compromiso solidario y respetuoso con el bienestar de cada uno de los colaboradores. Reconocerá al talento y ofrecerá una remuneración equitativa.
3. Promoverá el trabajo en equipo y la delegación con responsabilidad en condiciones laborales de limpieza, orden y seguridad.
4. Innovar sus procesos y productos para garantizar la inocuidad de sus productos de forma permanente

6.4.4 Valores

Para que la empresa cumpla con los principios y políticas tendrá que implementar los siguientes valores:

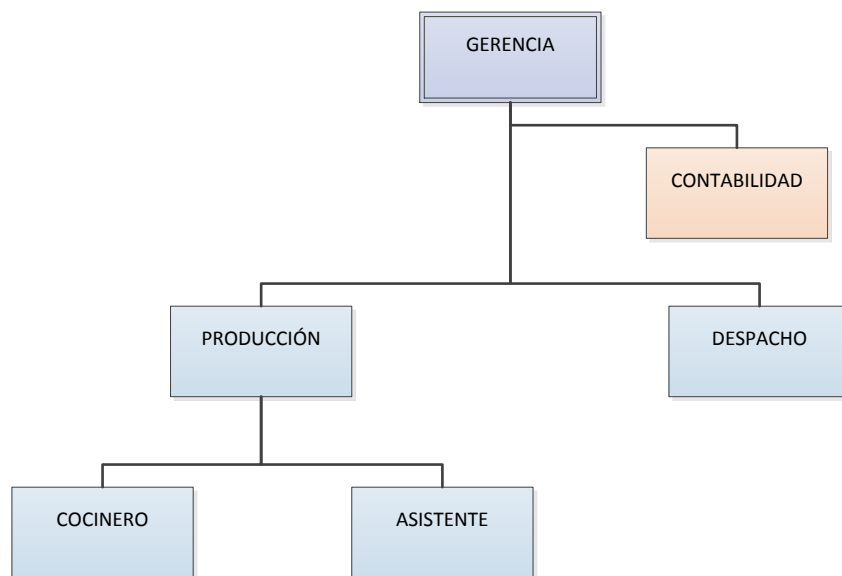
- De integración, en el personal de la empresa con la finalidad de mantener un clima organizacional de altos desempeños
- Mejora continua e innovación, en sus procesos de producción así como en las relaciones publicas con sus clientes
- Responsabilidad organizacional, en el cumplimiento de los contratos de acuerdo a las características contractuales de los mismos, así como en el desarrollo de sus tareas y actividades con criterios de seguridad ocupacional
- Respeto, en las decisiones, políticas organizacionales de la institución y con sus clientes.
- Responsabilidad, como un compromiso de cumplimiento con las normas técnicas que se requieren para esta actividad económica.

6.5 Estructura organizacional de la empresa

Una vez definidos la misión visión las políticas, valores que conlleven a determinar los objetivos y metas organizacionales se procedió a la planificación de la estructura organizativa y funcional de la empresa. El organigrama estructural propuesto para la empresa es el siguiente:

Gráfico N° 16

Organigrama estructural



Fuente: Observación directa.
Elaborado por: La Autora

6.6 Estructura funcional

De acuerdo a la estructura organizativa se definió las funciones que tendrá el talento humano que laborara en la empresa de servicio de alimentación siendo estas las siguientes:

Cuadro N° 87**Identificación del cargo de Gerente**

Descripción del puesto	Su actividad es planificar, administrar, coordinar, controlar y evaluar el desarrollo normal de las actividades propias de la empresa, optimizando los recursos disponibles.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> • Representar legalmente la empresa. • Planear, coordinar, controlar, evaluar las acciones que se efectúan en la empresa. • Tener comunicación con el contador/a. • Fijar precios de los servicios y de los productos de la empresa por medio de aspectos técnicos. • Atender al cliente en caso de quejas o reclamos. • Observar y cerciorarse que los clientes estén bien atendidos. • Reclutar, seleccionar, contratar y delegar al personal de la empresa. • Convocar y dirigir reuniones con el personal. • Autorizar permisos y salidas a los trabajadores. • Organizar y velar el mantenimiento del establecimiento. • Planear metas y objetivos específicos para la empresa. • Controlar los procesos. • Tomar decisiones. • Analizar la información financiera para la toma de decisiones
Competencias	<ul style="list-style-type: none"> • Resolución de problemas y toma de decisiones • Planificar y organizar • Gestión de conflictos • Enfoque al cliente interno y externo • Desarrollo y aplicación de estrategias • Gestión de proyectos • Mejora de procesos
Requisitos	<ul style="list-style-type: none"> • Ingeniero/a en administración de empresas • Experiencia de 5 años en administración de empresas

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 88**Identificación del cargo de Contador/a**

Descripción del puesto	Es el responsable de organizar, dirigir y controlar los procesos contables de la empresa
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> • Mantener la información contable actualizada. • Pedir, recibe y clasifica todos los documentos, debidamente enumerados que le sean asignados. • Preparar y presentar las declaraciones tributarias. • Diseñar y manejar a la perfección el plan de cuentas. • Realizar asientos en el libro diario y mayor. • Examinar y analiza la información que contienen los documentos. • Pagar a proveedores. • Contabilizar el pago de nómina a empleados, entradas y salidas. • Pagar horas extras de personal • Ingresar en el sistema contable los movimientos generados en la contabilidad. • Generar estados financieros. • Cumplir con las normas y procedimientos contables. • Tomar decisiones en aspectos contables que se enfoquen en los objetivos. • Interpretar los procesos contables y fiscales.
Competencias	<ul style="list-style-type: none"> • Calidad del trabajo • Solidez en los conocimientos y habilidades contables • Idoneidad en los conocimientos y habilidades legales, financieras y económicas • Uso experto de software contable e impositivo
Requisitos	<ul style="list-style-type: none"> • Título de tercer nivel en contabilidad superior y auditoría. • Experiencia de 1 año en puestos similares. • Manejo de Excel e índices financieros. • Manejo de presupuestos

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 89**Identificación del cargo de Cocinero/a**

Descripción del puesto	Realizar los platillo según el menú establecido
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> • Preparar los diferentes platos gastronómicos • Cumplir con las normas de higiene y seguridad alimentaria • Garantizar la preparación y presentación de los alimentos de manera adecuada y eficiente, de acuerdo a estándares y procedimientos establecidos en su área. • Asegurar de contar con los productos y el mise en place para la operación de la cocina, de acuerdo al pronóstico de cubiertos para evitar escasez o desperdicio. • Se asegura de utilizar los productos estandarizados. • Contar con el recetario corporativo • Participar en el control de costos del área, mediante la producción eficiente de los alimentos, evitando las mermas en lo posible.
Competencias	<ul style="list-style-type: none"> • Servicio al cliente • Ser innovador para crear recetas • Trabajo en equipo y cooperación • Ser minucioso en la preparación de alimentos
Requisitos	<ul style="list-style-type: none"> • Título de cocinero. • Experiencia mínima de 2 años como mínimo • Disponibilidad de tiempo

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 90**Identificación del cargo de Ayudante de cocina**

Descripción del puesto	Responsable de ayudar en las labores diarias en el área de cocina
	<ul style="list-style-type: none"> • Hacer la limpieza del área de cocina en general • Ordenar los instrumentos de cocina • Pre cocción y alistamiento de productos • Realizar el aseo de todos los equipos , vajilla , tableros de cortes y otros de uso de la cocina
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> • Limpiar todos los puestos de trabajo de la cocina
	<ul style="list-style-type: none"> • Bien organizado • Capacidad para trabajar bajo presión • Trabajo en equipo • Capaz de pesar o medir ingredientes de comida con precisión
Competencia	<ul style="list-style-type: none"> • Trabajar con rapidez
	<ul style="list-style-type: none"> • Bachiller
Requisitos	<ul style="list-style-type: none"> • Experiencia mínima de 2 años

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 91**Identificación del cargo de despachador**

Descripción del puesto	Responsable de entregar los almuerzos a las empresas florícolas en horarios establecidos
	<ul style="list-style-type: none"> • Coordinar con los cocineros la salida de los productos o menús • Realizar los reportes diarios a la gerencia • Manejar caja chica • Tomar los pedidos de los clientes por cualquier medio • Negociación de contratos • Atender las inquietudes de los clientes • Elaborar rutas de entrega
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar informes a la gerencia de servicio
	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento del sector • Puntualidad • Trabajo en equipo
Competencias	<ul style="list-style-type: none"> • Disponibilidad de trabajar bajo presión
	<ul style="list-style-type: none"> • Vendedor profesional
Requisitos	<ul style="list-style-type: none"> • Experiencia de 2 años mínimo

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

6.7 Reglamento interno**Capítulo primero**

Del ámbito de aplicación del presente reglamento interno de trabajo

Art. 1.- El presente Reglamento Interno de Trabajo regula las relaciones Obrero-Patronales entre la empresa y el personal de Trabajadores (funcionarios, empleados y obreros) que prestan sus servicios en la misma, en todas sus áreas, o dependencias; y en general, en los lugares de trabajo que señale el patrono, sin consideración a la clase o modalidad de contrato de trabajo

que los vincule con la empresa e independientemente de sus funciones o jerarquías; respetándose las disposiciones del Código del Trabajo y más Leyes conexas.

Como consecuencia de lo antes mencionado, las normas estipuladas en este instrumento se considerarán incorporadas a toda relación jurídica contractual de naturaleza laboral existente, así como también a cada Contrato Individual de Trabajo que se celebre con fecha posterior a la aprobación de este Reglamento Interno de Trabajo.

Para efectos de este Reglamento, la empresa se la podrá denominar también: EMPLEADOR; y al personal de Trabajadores individual o colectivamente considerado, simplemente como el o los Trabajadores, según el caso. Para efectos de la responsabilidad patronal de los trabajadores de la empresa. Sin perjuicio de lo determinado en su estatuto social, se estará a lo determinado en el artículo 36 del Código de Trabajo.

Art. 2.- El presente Reglamento Interno de Trabajo es de aplicación obligatoria en las oficinas administrativas e instalaciones que mantiene la empresa.

Como consecuencia de lo expuesto en el párrafo que antecede, todo Trabajador de la empresa queda sujeto al cumplimiento de las disposiciones prescritas en este Reglamento, no siendo su desconocimiento causa que exima su responsabilidad para ninguno de los Trabajadores.

Art. 3.- Para dar cumplimiento a lo dispuesto en el Artículo 64 del Código del Trabajo, y con el objeto de que los Trabajadores conozcan las disposiciones prescritas en este Reglamento, la Administración mantendrá en exhibición permanente en sitios visibles y en los distintos lugares de trabajo, copia auténtica de este instrumento junto con la copia legalizada del horario de los trabajadores, aprobados por las respectivas autoridades de trabajo. Sin perjuicio de entregarle un ejemplar del presente Reglamento aprobado a cada trabajador

Capítulo segundo

De la clasificación interna administración del personal de trabajadores

Art. 4.- Son Trabajadores de la empresa, todas las personas que prestan sus servicios lícitos y personales para la empresa en virtud de sus respectivos Contratos Individuales de Trabajo, siempre y cuando perciban su remuneración directamente de la empresa.

Art. 5.- Para efectos de orden interno-administrativo, los Trabajadores de la empresa, se dividen en Empleados y Obreros.

Capítulo tercero

De la admisión y requisitos para la contratación del personal

Art. 6.- La admisión de Trabajadores es potestativa de la Administración, debiendo él o la aspirante proporcionar en la solicitud de empleo, de manera clara y verás, obligatoria y fielmente, todos los datos que les sean requeridos, a fin de hacerlos constar en el Registro que para el efecto lleva la empresa. Tales requisitos, entre otros, son los siguientes:

1. Nombres y apellidos completos, edad, estado civil, profesión u ocupación, nacionalidad, dirección domiciliaria y cargas familiares. Para el caso de que sea contratado, estas últimas podrán ser allegadas por el Trabajador previa a la presentación de la documentación que las acredite legalmente como tales;
2. Cédula de Ciudadanía o de identidad, según el caso, certificado de votación, carnet de afiliación al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS), si lo tuviere. La presentación de la Libreta Militar o su equivalente, será requisito indispensable para la admisión de un Trabajador de sexo masculino;
3. Ser mayor de edad y encontrarse en goce de los derechos de ciudadanía;

4. Presentar certificados de trabajo de los últimos cinco años, si hubiere laborado durante dicho lapso. De solvencia moral, de salud, certificado de antecedentes personales, y según lo requiera la empresa, de competencia o experiencia ocupacional o profesional.

El o la aspirante deberán reunir los requisitos adicionales, legales o administrativos que se le soliciten, los que se requerirán de acuerdo al cargo que aspire desempeñar.

Si después de haber adquirido la calidad de Trabajador se descubriere falsedad o alteración en los datos o documentos presentados, el que incurriere en tal evento será separado inmediatamente de la empresa, al tenor de lo dispuesto en el numeral segundo del artículo 316 del Código del Trabajo, en concordancia con lo dispuesto en el numeral 12 del Artículo Vigésimo Sexto del presente Reglamento.

Art. 7.- Cualquier cambio de domicilio deberá ser notificado por el Trabajador al gerente comunicación que deberá efectuar en un término no mayor de cinco días contados a partir del momento en que ocurrió dicho cambio.

De no cumplirse con esta obligación, la gerencia considerará como domicilio del Trabajador la dirección que consta en los registros que para el caso lleva la empresa. Información que como queda expresado en el artículo anterior, es proporcionada por el Trabajador al momento de llenar el formulario de solicitud de admisión para laborar en la Empresa.

Art. 8.- Como norma general, todo Trabajador que ingrese por primera vez a prestar sus servicios en la empresa, deberá suscribir un Contrato de Trabajo con inclusión de un período de prueba de hasta noventa días, al tenor de lo prescrito en el Artículo 15 del Código del Trabajo, salvo el caso de que se trate de labores que por su naturaleza deban ejecutarse mediante la suscripción de Contratos de Trabajo de naturaleza ocasional, eventual, temporal,

precaria o extraordinaria, así como también los de obra cierta y aquellos que hagan referencia a labores de tipo técnico o profesional.

Sin embargo de lo expresado, y únicamente en lo que tiene que ver con la inclusión o no del período de prueba para los trabajadores de nuevo ingreso, como excepción y a criterio de la Administración, ésta podrá omitir tal particular cuando las labores para los que éstos sean contratados, por su especialización no técnica, así se lo considere conveniente.

Quienes bajo cualquier modalidad contractual de naturaleza laboral hayan prestado servicios en el pasado para la empresa, y reingresen a la misma, deberán igualmente suscribir un contrato de trabajo a tiempo fijo o tiempo indefinido, pero sin cláusula de prueba, y se considerarán trabajadores estables sólo a partir del primer día del segundo año continuo de servicio, computado dicho tiempo de servicio desde la fecha de su nuevo ingreso. Sin perjuicio de que puedan ser contratados bajo otras modalidades, como es el caso de eventuales, temporales, ocasionales o por obra cierta, modalidades que por su naturaleza no dan la calidad de estables, por cuanto este tipo de contratos no implican labores por más de un año de servicio continuo.

Art. 9.- Los Trabajadores que fueren contratados en calidad de Empleados u Obreros, se ceñirán en la realización de sus ocupaciones a lo determinado en sus respectivos contratos.

Art. 10.- Cuando un Trabajador ingrese a laborar por primera vez en la empresa, la determinación o asignación del lugar, sección o dependencia en la que prestará sus servicios, quedará a criterio exclusivo de la Administración.

Determinadas administrativamente las necesidades, para efectos de llenar las vacantes que se produzcan, cuando vayan a ser llenadas por Trabajadores de

la empresa, la Administración tomará en cuenta la capacidad del aspirante, sus conocimientos técnicos, culturales y académicos; de la misma manera tomará en cuenta sus antecedentes de

trabajo, tales como actitud, índice de ausentismo, disciplina, desempeño, colaboración, etc., igual criterio en términos generales, se aplicará y se exigirá para cuando la vacante vaya a ser llenada por terceras personas.

Capítulo cuarto

Del cumplimiento de las jornadas de trabajo y otras normas relativas a los turnos, ejecución y pago de remuneraciones y sobretiempo

Art. 11.- Los horarios y turnos de trabajo serán los que para cada caso estipule la Administración en los Contratos Individuales de Trabajo.

Si se labora los turnos rotativos, al finalizar sus turnos respectivos, los Trabajadores procurarán no abandonar sus puestos de trabajo mientras el reemplazante no se encuentre presente. Cuando el Trabajador entrante no llegue a la hora de iniciar la respectiva jornada diaria, y el Trabajador saliente no vaya a doblar el turno, éste deberá comunicar el particular a su superior inmediato a fin de que éste tome las medidas correspondientes.

Art. 12.- Se denomina turno al grupo de Trabajadores que debe realizar una labor de acuerdo al plan de Trabajo dentro de un lapso determinado. La conformación de los turnos será hecha por la Administración, en caso de ser necesario, particular que será puesto en conocimiento del grupo de Trabajadores con la debida anticipación.

Art. 13.- Todo Trabajador saliente de turno deberá poner al corriente a su compañero entrante cualquier anomalía o irregularidad que hubiere observado en el área o sección en la cual labora.

Aquel Trabajador que no cumpla con esta obligación será amonestado por escrito.

Art. 14.- Todo Trabajador está en la obligación de registrar personalmente su sistema de control de tiempo, tanto al ingreso como a la salida de sus labores diarias.

Este registro permitirá a la empresa verificar su horario de trabajo, horas suplementarias y/o extraordinarias trabajadas por disposición superior.

Art. 15.- Queda terminantemente prohibido laborar horas suplementarias y/o extraordinarias sin estar previamente autorizado por los Funcionarios con competencia y facultad para ello.

Art. 16.- Las remuneraciones se calcularán de acuerdo a los tiempos de trabajo registrados en los sistemas de control de tiempo, previa verificación por parte de la Administración.

Art. 17.- De las remuneraciones se deducirán todos los descuentos y retenciones dispuestas por la Ley, así como también los descuentos expresamente autorizados por el Trabajador, debiéndose tener presente lo pactado para el efecto en el Contrato. Las remuneraciones se pagarán directamente al Trabajador o a la persona que estuviere expresamente autorizada por escrito por aquel para percibir su remuneración.

Art. 18.- La empresa, pagará las remuneraciones de sus Trabajadores en sobres individuales, en los que constará por lo menos: El nombre del Trabajador, el valor percibido, el período al que corresponde el pago, las deducciones por aporte individual al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS), del impuesto a la renta, si hubiere lugar, los préstamos o anticipos, así como cualquier otro rubro que deba constar y que legalmente pueda o deba deducirse. Al último constará el saldo neto o el haber final al que tenga derecho el Trabajador. Por convenio escrito entre la empresa y un Trabajador individualmente considerado, la remuneración de éste podrá ser depositada en una cuenta de una Institución Bancaria previamente determinada por las partes.

Art. 19.- Cuando un Trabajador no esté conforme con una liquidación de pago de cualquier concepto, podrá expresar su disconformidad, reclamo o queja en el mismo momento de recibirla, en cuyo caso dejará constancia del particular en el recibo que firmase.

Capítulo quinto

De las faltas, de sus clases y sanciones

Art. 20.- Para la aplicación de las sanciones, las transgresiones al presente Reglamento Interno se dividen en dos grupos, así: FALTAS LEVES y FALTAS GRAVES, en concordancia con lo dispuesto en los siguientes Artículos:

Art. 21.- Para los efectos de este Reglamento se consideran como faltas leves, todas las transgresiones a las obligaciones que tienen los Trabajadores según lo dispuesto en el Código del Trabajo en general, y de manera específica, a las prescritas en los artículos 45 de dicho Cuerpo de Leyes, y además, a las siguientes:

1. No ejecutar el trabajo en los términos del Contrato, con la intensidad, cuidado y esmero apropiados, en la forma, tiempo y lugar convenidos.
2. No restituir al Empleador los materiales no usados y no conservar en buen estado los instrumentos y útiles de trabajo, no siendo responsable por el deterioro que origine el uso normal de estos objetos, ni del ocasionado por caso fortuito o fuerza mayor, ni del proveniente de mala calidad o defectuosa construcción.
3. No trabajar en casos de peligro o siniestros inminentes, por un tiempo mayor que el señalado para la jornada máxima y aún en los días de descanso, cuando peligren los intereses de sus compañeros o de la empresa.

En estos casos tendrá derecho al recargo en su remuneración de acuerdo con la Ley.

4. No dar aviso previo al Empleador (Superior Inmediato) cuando por causa justa faltare al trabajo; de no poder hacerlo por cualquier causa debidamente justificada deberá hacerlo en las siguientes 24 horas laborables.

5. No cumplir con las jornadas, horarios y turnos de trabajo establecidos en el contrato, debiendo registrar personalmente su entrada y salida de acuerdo con las disposiciones establecidas en la empresa; y no concurrir puntualmente al trabajo.
6. No encontrarse en disposición de iniciar el trabajo a la hora señalada en el horario respectivo.
7. Dentro de la jornada diaria de labor, trabajar con pérdidas innecesarias de tiempo.
8. Cuando en la ejecución del trabajo se presentaren fallas o cualquier dificultad grave que no pueda ser subsanada por el personal encargado de efectuar el trabajo, no comunicar el particular inmediatamente a los superiores, a fin de que tomen las medidas que el caso requiera.
9. Utilizar sin consentimiento el servicio telefónico, xerox, etc., para fines ajenos a las actividades del trabajo.
10. Leer periódicos, revistas, libros, etc., durante las horas de labor.
11. Comer en lugares de trabajo.
12. No proporcionar información personal fidedigna a la empresa con la finalidad de actualizar sus datos en la gerencia, cuando la empresa. Así lo requiera.
13. No someterse a exámenes médicos dispuestos por la empresa.
14. No asistir a los cursos de capacitación o formación a los que la empresa lo haya asignado.
15. No utilizar durante la jornada de labor los uniformes e identificación de la empresa en forma permanente y obligatoria.

Art. 22.- Las faltas leves a las que se hacen referencia en el Artículo que antecede, serán sancionadas con una multa equivalente de hasta el diez por ciento (10%) de la remuneración diaria. La comisión dentro de un mismo período mensual de tres faltas leves por parte de un trabajador, será considerada como falta grave, quedando facultada la empresa para solicitar el correspondiente Visto Bueno, ante Inspector de Trabajo.

Art. 23.- Toda Falta Leve prescribe en un mes. Por lo tanto, para efecto de solicitar Visto Bueno, la empresa considerará como no cometidas las faltas leves que hayan ocurrido en un período anterior a un mes contado hacia atrás desde la fecha de la comisión de una falta leve.

Art. 24.- Las multas a las que hubiere lugar por aplicación de lo prescrito en el presente Reglamento Interno de Trabajo, serán aplicadas por el Gerente de la empresa, o quien hiciere sus veces, quienes en su caso, dispondrán el cobro de la multa mediante retención de la remuneración del Trabajador.

Art. 25.- La comisión de una cualquiera de las Faltas Graves establecidas como tales en este Reglamento Interno, serán sancionadas con la separación del servicio, previo el trámite administrativo de Visto Bueno solicitado ante las competentes Autoridades del Trabajo.

Art. 26.- Además de las prohibiciones del Trabajador prescritas en el Artículo 46 del Código del Trabajo, las que para los efectos de este Reglamento, constituyen y se las considera como Faltas Graves, son también faltas de la misma naturaleza, las siguientes:

1. No acatar las órdenes y disposiciones de trabajo, vale decir, resistirse al cumplimiento de cualquier disposición superior que diga relación directa o indirecta con el trabajo, siempre y cuando la misma se encuentre en las disposiciones legales y reglamentarias.
2. No acatar las medidas de seguridad, prevención e higiene exigidas por la Ley, los Reglamentos que dicte la empresa para el efecto o por las Autoridades competentes.
3. No respetar a sus superiores y a sus compañeros de trabajo, así como desafiar, amenazar o ultrajar de palabra u obra a los mismos, o hacer o promover escándalos en las instalaciones de la empresa o utilizar vocabulario soez o impropio.
4. No comunicar oportunamente a la Administración, cuando se tenga conocimiento de la comisión de cualquier tipo de infracción penal cometida por sus compañeros de trabajo o

de terceras personas, dentro de las instalaciones de la empresa o en ejercicio de sus funciones.

5. Ingerir bebidas alcohólicas en las instalaciones de la empresa o en el ejercicio de sus funciones.
6. Introducir, usar o tomar en las instalaciones de la empresa, o en el ejercicio de sus funciones, sustancias sicotrópicas y/o drogas.
7. Propalar rumores o hacer comentarios que vayan en desmedro de los intereses de la empresa o del buen nombre y prestigio de sus personeros o sus compañeros de trabajo; o, produzcan inquietud y malestar entre el personal.
8. Informarse o recabar datos de la correspondencia que pertenece al fuero privado de la empresa o de su personal.
9. Divulgar información confidencial que posee el Trabajador en virtud de las labores que desempeña.
10. Abandonar herramientas, materiales u otros objetos o desperdicios.
11. Utilizar sin autorización previa los bienes de la empresa.
12. Inducir a la empresa a celebrar un Contrato de trabajo mediante información falsa o adulterada, o presentar para tal fin Certificados, Títulos, Diplomas o datos falsos.
13. No cumplir con las disposiciones que dicte la Administración para el uso de vehículos de propiedad de la empresa.
14. Abandonar sin justa causa el lugar o puesto de trabajo, vale decir, sin la autorización previa del superior correspondiente. Disposición que se dicta en aditamento y en concordancia con lo dispuesto en el literal (i) del Artículo 46 del Código del Trabajo.
15. Hacer rifas, negocio o actividades similares en las instalaciones de la Compañía, salvo el permiso expreso de la Administración.
16. Participar en juegos de azar u otros dentro de las instalaciones de la Compañía.

17. Entregar sin autorización a cualquier persona la realización de cualquier trabajo a él encomendado.
18. Ejecutar o realizar tareas u obras particulares dentro de las dependencias de la empresa a favor de terceros, salvo que para ello tenga permiso escrito otorgado por la Administración de la Empresa, así mismo, realizar en horas de trabajo otras labores que no sean las propias de su función o cargo.
19. No registrar el ingreso y salida de acuerdo con los sistemas de control que para el efecto establece la empresa, ni alterar, sustraer o usar indebidamente los controles establecidos.
20. Dormir durante las horas de trabajo.
21. Para las personas que manejan fondos de la empresa, cambiar sin autorización superior cheques de Trabajadores o de terceras personas, así como también, aceptar vales no autorizados.

A este respecto, se estará de manera estricta a las políticas que determine la empresa sobre el manejo y utilización de los recursos económicos, políticas internas que tienen el carácter de obligatorias.
22. Realizar instalaciones, reparaciones u otros trabajos en forma clandestina.
23. Guardar escrupulosamente los secretos técnicos, comerciales y otros que por razón de su trabajo conociere o les fueren confiado
24. Utilizar sin autorización previa la papelería, sellos, rótulos de la empresa y en general aspectos que constituyan infracciones a la ley de propiedad intelectual.

6.8 Código de ética

a) Código de ética en relación con los empleados

- No discriminar a los empleados por ninguna razón (religión, edad, sexo o cualquier otra condición personal o social)

- No permitir ninguna forma de violencia, de acoso o abuso en las relaciones del trabajo
- Fomentar el desarrollo y la capacitación de sus empleados
- Garantizar la seguridad y salud ocupacional de sus empleados
- Ajustarse a los horarios establecidos en el reglamento de trabajo y las normas del Ministerio de Relaciones Laborales

b) Código de ética en relación a la gerencia

- Realizar una gestión ética y responsable en la empresa
- Cumplir y hacer cumplir los reglamentos, normatividad de la empresa
- Informar oportunamente algún tipo de cambio que se genere en la empresa
- Promover ambientes de trabajo agradables para el mejor desempeño de la organización
- Cumplir y hacer cumplir los principios de funcionamiento de la empresa
- Mantener todos los libros auxiliares que se requiere para la realización de cuentas y otros.

CAPÍTULO VII

7. IMPACTOS DEL PROYECTO

7.1 Introducción

En todo proyecto es necesario medir los impactos positivos que posiblemente puede generar la empresa proveedora de servicios de alimentación cuando entre en funcionamiento. La descripción de los impactos ex ante es importante para todo proyecto ya que presenta una visión subjetiva y técnica de los posibles impactos positivos que puede aportar el proyecto, como objetivos comunes claramente identificados para facilitar la evaluación global en términos de sustentación del proyecto. Los impactos en un proyecto son generalmente positivos y negativos.

7.2 Análisis de los impactos

Para el análisis de los impactos cualitativamente y cuantitativamente se utilizará la siguiente escala de valoración

Cuadro N° 92**Valoración cualitativa y cuantitativa**

Valoración cualitativa	Valoración cuantitativa
Muy alto	5
Alto	4
Medio	3
Bajo	2
Muy bajo	1
Indiferente	0

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: La autora

Los impactos medidos pueden ser positivos o negativos, cuando son negativos se antepone el signo negativo y se mantiene el mismo criterio de valoración

7.3 Identificación de los impactos

7.3.1 Impactos económicos

Los impactos económicos se midieron con los indicadores de desempeño que permiten relacionar los posibles beneficios que puede generar la empresa en el ámbito económico de las empresas florícolas del cantón Cayambe y son los siguientes:

Cuadro N° 93**Matriz de impacto económico**

Indicadores	1	2	3	4	5
1. Ahorro de tiempos en las empresas florícolas por disponer de la alimentación para su personal en las mismas empresas					x
2. Mayor nivel de aprovechamiento de las horas de trabajo del personal de las empresas florícolas				x	
3. Las empresas florícolas disponen de servicios de alimentación a costos óptimos				x	
4. Se crean 9 puestos de trabajo directos			x		
Total	0	0	3	8	5

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: La autora

La medición de los indicadores de impactos económicos del proyecto tienen relación con lo que puede generar el ahorro de tiempos y de costos que el personal disponga de la alimentación en las mismas empresas, el valor cuantitativo de este impacto es de 4.00 que significa impacto positivo “Alto”

Análisis

- **Ahorro de tiempos en las empresas florícolas por disponer de la alimentación para su personal en las mismas empresas**

Este indicador tiene un nivel de impacto muy alto, debido a que el talento humano de estas empresas mejora su desempeño en sus actividades ya que no sale fuera de la empresa en el tiempo asignado para el almuerzo, sino que lo realiza dentro de las instalaciones, lo que

permite una mejor cobertura en relación a los desplazamientos que ocasiona el servicio de alimentación fuera de la empresa.

- **Mayor nivel de aprovechamiento de las horas de trabajo del personal de las empresas florícolas**

Este indicador tiene un nivel de impacto alto, en vista de que al hacer uso de su hora de almuerzo dentro de las instalaciones de la empresa, el personal ocupa de mejor forma el tiempo asignado, para esta finalidad descansando en las mismas instalaciones lo que permite un mejor un nivel de aprovechamiento de sus horas de trabajo.

- **Las empresas florícolas disponen de servicios de alimentación a costos óptimos**

El nivel de impacto de este indicador es alto, porque las empresas florícolas podrán disponer de servicios de alimentación a un precio competitivo, que en la actualidad es más bajo que el de la competencia, lo que establece una minimización de presupuesto de las empresas florícolas para el concepto de alimentación de su personal.

- **Se crean 9 puestos de trabajo directos**

La creación de la empresa de servicio de alimentación generará 9 puestos de trabajo directos, mejorando la calidad de vida de las familias y de manera indirecta de 45 personas (5 personas consideradas como núcleo familiar) ya que dispondrán de una fuente de trabajo permanente y de acuerdo a los salarios emitidos por el Ministerio de Relaciones Laborales.

7.3.2 Impacto comercial o de mercado

Los indicadores desde el punto de vista comercial o de mercado son los supuestos en relación a los índices de satisfacción que pueden tener los gerentes de las empresas florícolas, mejorar la oferta de servicios de alimentación para este tipo de empresas del cantón Cayambe.

Cuadro N° 94**Matriz de impacto comercial o de mercado**

Indicadores	1	2	3	4	5
1. satisfacción de los gerentes de las empresas florícolas				x	
2. Mejorar la oferta de alimentación para las empresas florícolas de Cayambe.				x	
3. Fortalecer la creación de microempresas en la ciudad de Cayambe					x
4. Empresas florícolas disponen de oferta de alimentación con precios competitivos				x	
Total	0	0		12	5

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: la autora

El valor cuantitativo de la medición de los indicadores de esta categoría de impacto es de 3,75 que significa impacto positivo “Medio”

Análisis

- Satisfacción de los gerentes de las empresas florícolas**

El nivel de impacto de este indicadores es alto, considerando que los niveles de satisfacción se mejoraran por la obtención de resultados de la ejecución del plan de alimentación en sus propias empresas, disminuyéndose los índices de inseguridad que existen cuando el personal sale de la empresa por la hora de almuerzo; así como por la atención y la calidad del servicio de alimentación que ofertará la empresa.

- Mejorar la oferta de alimentación para las empresas florícolas de Cayambe.**

La calificación de este indicador es alta, en vista de que las empresas florícolas dispondrán de una oferta de servicios de alimentación en sus propias instalaciones, estableciéndose mejores niveles de satisfacción por la calidad y precio que tendrán los diferentes menús que ofertará la empresa de servicio de alimentación.

- **Fortalecer la creación de microempresas en la ciudad de Cayambe**

Este es un indicadores que tiene una valoración de muy alto, considerando que los emprendimientos o la creación de microempresas articula nuevos servicios en este caso de alimentación para las empresas florícolas, generando puestos de trabajo y dinamizando el comercio en esta ciudad.

- **Empresas florícolas disponen de oferta de alimentación con precios competitivos**

La empresa de servicio de alimentación ofertará productos gastronómicos cumpliendo con las expectativas de presupuestos que tienen las empresas florícolas para el servicio de alimentación de sus empleados a un precio competitivo.

7.3.3 Impacto empresarial

Los indicadores desde el punto de vista empresarial son los que tienen relación con los aspectos de la gestión administrativa que tendrá la empresa proveedora de servicios de alimentación y son los siguientes:

Cuadro N° 95**Matriz de impacto empresarial**

Indicadores	1	2	3	4	5
1. Atención personalizado en las empresas				x	
2. Servicio de alimentación diferenciados					x
3. Aporte al sector empresarial de las empresas florícolas del cantón Cayambe, con servicios de alimentación.			x		
4. Optimas relaciones con los clientes				x	
Total	0	0	3	8	5

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: La autora

Los indicadores de impacto empresarial es de 4, puntos que equivale a impacto positivo Alto, que medirá la gestión que realiza la empresa proveedora de alimentación en beneficio de sus clientes.

Análisis

- **Atención personalizado en las empresas**

Este indicador es importante en vista de que la empresa de servicios de alimentación entregará sus productos gastronómicos en las áreas destinadas por las empresas florícolas, para el proceso de alimentación del personal de estas organizaciones; la atención estará a cargo de personal calificado en el área de gastronomía propendiendo una atención de calidad ajustada a los criterios del servicio que tienen los gerentes de las empresas florícolas.

- **Servicio de alimentación diferenciado**

Los diferentes menús que considerará la empresa estarán bajo criterios técnicos nutricionales de forma que se dote al personal de las empresas florícolas de una alimentación nutritiva, balanceada, a través de los menús que contengan las propiedades nutricionales adecuadas para este segmento de mercado.

- **Aporte al sector empresarial de las empresas florícolas del cantón Cayambe, con servicios de alimentación.**

Las empresas florícolas del cantón Cayambe dispondrán de un servicio de alimentación para su personal en sus mismas instalaciones, lo que permite que el personal no abandone su lugar de trabajo en la hora del almuerzo.

- **Óptimas relaciones con los clientes**

La empresa de servicio de alimentación mantendrá óptimas relaciones comerciales con las empresas florícolas, considerando que las relaciones comerciales son una herramienta clave para fortalecer las relaciones con los gerentes de las empresas florícolas.

7.3.4 Impacto social

Los indicadores de impacto social se pueden manifestar al medir índices de resultados operativos de la empresa como número de empleados que se benefician con el servicio de catering, posicionamiento del servicio en la retina de sus clientes dentro de la cadena de servicios de alimentación específicamente para los empleados de las florícolas de Cayambe, que sus clientes dispongan de alimentos bajo normas de seguridad alimentaria y mejorar los tiempos que tienen los empleados para ser uso del almuerzo son los indicadores medidos:

Cuadro N° 96

Matriz de impacto social

Indicadores	1	2	3	4	5
1. Trabajadores de las empresas florícolas tiene servicio de alimentación				x	
2. Relaciones comerciales optimas con los empresarios florícolas				x	
3. Servicios de alimentación oportunos para los trabajadores de las florícolas			x		
4. Armonía de los trabajadores de las empresas florícolas en el procesos del almuerzo			x		
Total	0	0	6	8	0

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: la autora

La calificación cuantitativa de este impacto es de 3.50 que significa impacto positivo “Medio.

Análisis

- Trabajadores de las empresas florícolas tiene servicio de alimentación**

Con la oferta de los servicios de alimentación las empresas florícolas, sus trabajadores disponen de este servicio en forma adecuada, en horarios establecidos, con menús acordados en las especificaciones contractuales de los respectivos contratos, lo que mejora la atención del servicio de almuerzo en este personal.

- Relaciones comerciales optimas con los empresarios florícolas**

La empresa de servicios de alimentación mantendrá optimas relaciones comerciales con los empresarios florícolas, como un elemento de estrategia de marketing que contribuya al posicionamiento de la empresa de servicio de alimentación en las empresas florícolas, para lo

cual será importante evaluar el valor de los servicios en forma anual para realizar algún tipo de correctivo y mantener optimas relaciones comerciales con sus clientes.

- **Servicios de alimentación oportunos para los trabajadores de las florícolas**

Los servicios de alimentación que ofertará la empresa, serán óptimos con la finalidad de que los trabajadores de las empresas florícolas, no tengan que salir de las instalaciones para hacer uso de su hora de almuerzo.

- **Armonía de los trabajadores de las empresas florícolas en el procesos del almuerzo**

Generalmente en la hora de almuerzo es la ocasión para disertar algún tipo de conversación o aspectos de interrelación social entre los trabajadores de las empresas, lo que promueve un mejor clima de trabajo, relaciones interpersonales fortalecidas y una armonía de convivencia entre los trabajadores.

7.3.5 Impacto cultural

Los indicadores de impacto cultural educativo medidos son los siguientes:

Cuadro N° 97**Matriz de impacto educativo - cultural**

Indicadores	1	2	3	4	5
1. Talento humano calificado de la empresa proveedora de servicios de alimentación				x	
2. Relaciones comerciales sociales de la empresa con sus clientes aceptables					x
3. Se cumple con especificaciones contractuales de los contratos de alimentación			x		
4. Servicio de alimentación de acuerdo a las expectativas de los clientes				x	
Total	0	0	3	8	5

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: la autora

La calificación cuantitativa del impacto cultural es de 4,00, que significa impacto positivo “alto”.

Análisis

- **Talento humano calificado de la empresa proveedora de servicios de alimentación**

La empresa proveedora de servicios de alimentación dispondrá de talento humano calificado en el área de gastronomía, con la finalidad de tener productos de calidad y atención del servicio acorde a las expectativas de los gerentes de las empresas florícolas.

- **Relaciones comerciales sociales de la empresa con sus clientes aceptables**

La empresa de servicio de alimentación deberá mantener buenas relaciones comerciales sociales con sus clientes que son las empresas florícolas, con el objetivo de que mantenga una fidelidad y una imagen corporativa para la protección de su mercado.

- **Se cumple con especificaciones contractuales de los contratos de alimentación**

El cumplimiento de las especificaciones contractuales que se mantengan entre las empresas florícolas y la empresa de servicio de alimentación, es un factor clave para mantener niveles de satisfacción adecuados en sus clientes, debido al cumplimiento que se da a lo establecido en este tipo de prestación de servicios.

- **Servicio de alimentación de acuerdo a las expectativas de los clientes**

Los servicios de alimentación que ofertara la empresa, deberán cumplir con las expectativas y necesidades de las empresas florícolas, para lo cual se aplicará los criterios de seguridad alimentaria en la elaboración de sus productos gastronómicos, así como en el servicio acorde a las necesidades de estas empresas.

7.3.6. Impacto ambiental

Los impactos ambientales negativos que generará la empresa de servicio de alimentación son en la etapa operativa o de funcionamiento. Los impactos son los siguientes:

Cuadro N° 98

Matriz de impacto ambiental

Indicadores	-5	-4	-3	-2	-1
1. Al suelo					x
2. Al paisaje					x
3. A la atmosfera					x
4. Al agua					x
Total					-4

Fuente: Investigación Directa. Elaboración: La autora

La calificación cuantitativa del impacto ambiental es de -4, que representa un impacto ambiental negativo muy bajo.

Análisis

- **Al suelo**

No se altera al suelo ya que la ubicación de la empresa es en un sector altamente comercial, por lo que no existe un cambio de uso de suelo y no se altera ningún tipo de ecosistema que cause detrimento de la composición del suelo.

- **Al paisaje**

No se altera el paisaje en vista de que en este sector existen restaurantes y otro tipo de actividad económica, lo que significa que el uso de suelo de este sector es el adecuado para este negocio.

- **A la atmosfera**

Debido a que para las emisiones de olores se colocará un filtro de carbón apto para esta actividad económica con la finalidad de evitar impactos altos a la atmosfera. Este tipo de impacto es controlable, mitigable y permitirá que la empresa cumpla con los requerimientos de las Ordenanzas Municipales en ese aspecto.

- **Al agua**

El impacto al agua es mínimo debido a que las aguas residuales que se derivan del proceso de elaboración de productos gastronómicos son evacuadas a la red de alcantarillado, lo que no ocasiona impacto significativo.

7.3.7 Impacto general

Cuadro N° 99

Impacto general

INDICADOR	VALORACIÓN CUANTITATIVA					TOTAL
	1	2	3	4	0 -1 -2 -3 -4	
Impacto Económico				x		4,00
Impacto Comercial o mercadeo				x		3,75
Impacto Empresarial				x		4,00
Impacto Social				x		3,50
Impacto Educativo – Cultural				x		4,00
Impacto Ambiental					x	
TOTAL					-1	19,25

Elaborado por: La Autora.

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\Sigma}{n} = \frac{19,25}{5} = \mathbf{3.85} \text{ Positivo Medio}$$

Los impactos positivos que generará la empresa es de 3.85 que significa impacto positivo medio y el impacto negativo que tendrá es de magnitud muy baja, lo que permite que el proyecto sea viable desde el punto de vista de los impactos que genera.

Para que la empresa pueda funcionar deberá cumplir con las disposiciones legales del Ministerio del Ambiente mismo que exige la elaboración de una ficha ambiental para este tipo de actividad económica.

CONCLUSIONES

1. La oportunidad de inversión que tiene la empresa de prestación de servicios de alimentación se fundamenta en que actualmente en el cantón Cayambe se localizan 95 empresas florícolas que agrupa a 14.250 personas entre trabajadores operativos o de campo y administrativos; con un promedio de 150 trabajadores por empresa florícola generándose un mercado óptimo para su creación.
2. Del Estudio de Mercado se determina que la oferta está determinada por 35 unidades económicas que prestan servicios de alimentación a 53 empresas florícolas. La demanda actual es de 14.250 almuerzos diarios, 285.000 almuerzos mensuales y 3'420.000 almuerzos anuales, la demanda insatisfecha es de 1'587.600 de la cual el proyecto pretende captar el 6.80% que significa 108.000 almuerzos anuales.
3. Del Estudio Técnico e Ingeniería del proyecto, se determina que la localización de la empresa es en el sector Nápoles en vista de que reúne las características óptimas para esta actividad económica. La infraestructura física que se diseñó de acuerdo a la capacidad instalada y operativa es de 102m².
4. De la Evaluación Económica y Financiera se determina que el VAN es de \$129.197, la TIR de 70%. El PRI es de 1 año, 5 meses y 3 días, el B/C de \$2.79.
5. En la estructura administrativa de la empresa se procedió a establecer la denominación de la microempresa, el slogan, los aspectos filosóficos, la estructura organizacional y funcional de la empresa, al igual que el reglamento interno y el código de ética de manera que se sustente en forma consolidada la opción de un funcionamiento óptimo y productivo.
6. Del análisis de los impactos se determina que la empresa generará impactos positivos en el ámbito económico, comercial o mercadeo, empresarial, social y educativo cultural con un nivel "medio".

RECOMENDACIONES

1. Implementar la empresa proveedora de servicios de alimentación a las empresas florícolas del cantón Cayambe de tal forma que se aproveche la oportunidad que existe 95 empresas florícolas que se localizan en el cantón Cayambe.
2. Para que la empresa de prestación de servicios de alimentación logre tener un posicionamiento en el mercado deberá aplicar las estrategias de mercadeo que se establecen en el proyecto.
3. Tomar en cuenta la localización de la empresa de prestación de servicios de alimentación determinada en el Estudio Técnico por sus características locacionales apropiadas para este tipo de empresa será en el sector Nápoles. Para la operatividad de la empresa se deberá aplicar tecnología que cumpla con los requerimientos técnicos de manera que se obtenga óptimos rendimientos.
4. Establecer programas de control de costos con la finalidad de que los indicadores financieros propuestos se mantengan positivos y el proyecto tenga sostenibilidad desde el punto de vista financiero.
5. Aplicar la estructura organizativa propuesta, de manera que la empresa cumpla con los requisitos legales para su funcionamiento, tomando en cuenta la cultura organizacional, mejoramiento continuo en sus procesos de producción gastronómico.
6. Referente a los impactos la empresa de prestación de servicios de alimentación deberá cumplir con los requerimientos que exige el Ministerio del Ambiente para este tipo de empresas, con la obtención de la licencia ambiental.

BIBLIOGRAFÍA

- ARMSTRONG, G. K. (2011). *Fundamentos de la Mercadotecnia*. Mexico: Mc Graw Hill.
- BARRAGÁN, A. (2010). *La gastronomía en el Ecuador*. Quito.
- BESLEY, S., & BRIGHAM, E. (2010). *Fundamentos de Administración Financiera*. Mexico: McGrawHill Interamericana Editores S.A.
- Diccionario de Contabilidad y Finanzas. (2010). *Diccionario de Contabilidad y Finanzas*. Madrid - España: Inmagrage.
- DOUGLAS, R. (2010). *Fundamentos de Administración Financiera*. México: Inmagrage.
- DUANE, M. (2010). *Administración estratégica una herramienta para la competitividad*. California: 2da Edición.
- ENCOMENDERO, A. D. (2010). *Gestión de empresas para ser competitivos*. Lima: Arnold.
- ETZEL, M. (2010). *Proyectos, formulación, evaluación y control*. Quito: Publicaciones S.A.
- FRIEND, G., & ZEHLE, S. (2010). *Como diseñar un plan de negocios*. Quito: El Comercio S.A.
- GORDON, P., HILTON, R. W., & WELSCH, G. (2010). *Planificación y Control de Utilidades*. Mexico: Maureen Wilson.
- LEMMAN, R. (2012). *Inventario y Análisis de Mercado*. México: Mc Graw Hill.
- LEY DE COMPAÑIAS. (2008). *Ley de Compañías*. Quito.
- MIRANDA, J. J. (2010). *Gestión de proyectos. Identificación, formulación, evaluación financiera, económica, social, ambiental*. México: Adventure.
- ORTÍZ, A. (2013). *Gestión Financiera un Enfoque Estratégico*. Bogotá - Colombia: McGrawHill.
- PUJOL, B. (2010). *Dirección de Marketing y Ventas*. Madrid: G.F Printing.
- VACA, G. (2010). *Evaluación de proyectos*. México: Mc Graw Hill.

ANEXOS

ANEXO 1**FORMATO DE ENTREVISTA DIRIGIDA AL PRESIDENTE DE EXPOFLORES DE LA CIUDAD DE CAYAMBE**

Objetivo. Determinar el número de empresas florícolas en el cantón Cayambe y el número de empresas que ofertan el servicio de alimentación a las mismas.

1. ¿Qué número de empresas florícolas se localizan en el cantón Cayambe?

.....

.....

2. ¿Del año 2009 al 2014, que número de empresas florícolas se han incrementado?

.....

.....

3. ¿Las empresas florícolas requieren de servicios de alimentación para su personal?

.....

.....

4. ¿Existen empresas que dotan de servicio de alimentación a a las empresas florícolas?

.....

.....

5. ¿Qué número de empresas son las que actualmente prestan servicios de alimentación a estas empresas florícolas?

.....

.....

6. ¿Cuál es el promedio de trabajadores que tiene generalmente una empresa florícola?

.....

.....

GRACIAS

ANEXO 2**FORMATO DE ENCUESTA APLICADA A LOS GERENTES DE LAS EMPRESAS
FLORÍCOLAS DEL CANTÓN CAYAMBE.**

Objetivo. Identificar el grado de aceptación que tienen los gerentes de las empresas florícolas del cantón Cayambe en relación al servicio de alimentación a los trabajadores de las mismas.

1. ¿Los empleados de la empresa actualmente donde almuerzan?:

Restaurantes ()

En la misma empresa ()

2. ¿La empresa ha contratado servicios de alimentación para su personal?

Si ()

No ()

3. ¿Considera la posibilidad de contratar a una empresa que le brinde el servicio de alimentación en su propio local?

Si ()

No ()

4. ¿La empresa dispone de áreas para el servicio de alimentación de su personal?

Si ()

No ()

5. ¿Es necesario desde el punto de vista administrativo, operativo para la empresa disponer del servicio de alimentación en su mismo local?

Necesario ()

Sin necesidad ()

6. ¿Qué tipo de servicio de alimentación requiere su empresa para su personal?

Almuerzos ()

Refrigerios ()

Meriendas ()

7. ¿El servicio de alimentación para su personal le gustaría que sea?

Permanente ()

En ocasiones ()

GRACIAS

ANEXO 3**FORMATO DE ENCUESTA APLICADA A LAS PERSONAS NATURALES Y JURÍDICAS QUE BRINDAN EL SERVICIO DE ALIMENTACIÓN A LAS EMPRESAS FLORÍCOLAS**

Objetivo. Identificar el tiempo de servicio que tienen estas empresas a las empresas florícolas del cantón Cayambe, respecto al servicio de alimentación.

1. ¿Qué tiempo tiene usted de brindar servicios de alimentación a las empresas florícolas del cantón Cayambe?

1 a 2 años ()

2 a 4 años ()

4 a 6 años ()

Más de 6 años ()

2. ¿A qué número de empresas florícolas actualmente comercializa el servicio de alimentación (almuerzos)?

Una ()

Dos ()

Tres ()

Cuatro ()

Cinco ()

Más de cinco ()

3. ¿Cuál es el precio promedio que actualmente tiene el servicio de almuerzo que usted entrega en las empresas florícolas?

\$ 2,00 ()

\$ 2,50 ()

\$ 3,00 ()

\$ 3,50 ()

4. ¿Qué tipo de servicios de alimentación actualmente oferta a las empresas florícolas?

Almuerzos ()

Refrigerios ()

Meriendas ()

5. ¿La forma de pago que recibe por el servicio de alimentación en las florícolas es en forma?:

Diaria ()

Semanal ()

Mensual ()

GRACIAS